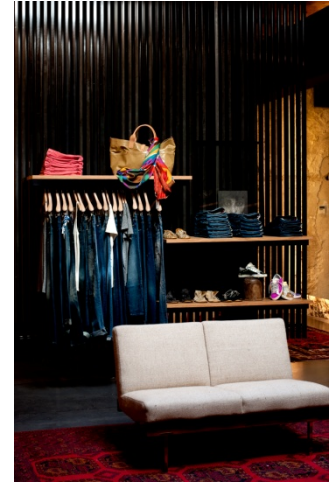


## BOUTIQUE ALLAN JOSEPH



### Les enjeux d'ordres généraux qui ont nourri le projet :

La boutique à réaliser fait suite à deux réalisations déjà emblématiques et reconnues pour la qualité des produits proposés et les univers qu'ils convoquent.

En effet bien qu'il s'agisse de boutiques multimarques, le choix des vêtements et accessoires présentés est tellement singuliers, et de qualité, qu'il rend ces boutiques uniques pour ne pas dire inimitable.

Cet univers en plus d'être particulier et propre à la « marque » témoigne d'une sensibilité toute aussi singulière qui est à la fois celle d'une histoire familiale et d'une histoire personnelle construite à partir d'une culture cosmopolite et raffiné.

De la né une marque de fabrique qui signe une approche du commerce de prêt à porté à la fois artistique et « sociologique » en ce sens quel cherche à faire sens et lien entre le monde urbain contemporain, la ville et ses formes antagonistes, et les pratiques vestimentaires qui les révèlent.

Aller chez Allan Joseph ranime donc notre relation au monde, aux complexités et antagonismes urbain qui nous entourent et nous fournis à travers les vêtements proposés, des outils pour y trouver une place à la fois élégante, actuelle, vivante, sensuelle, et poétique.

C'est à partir de cette relecture des ambitions poétiques de l'univers Allan Joseph que se développera le projet en intégrant évidemment toutes les questions contingentes aux réalités commerciales fonctionnelles et techniques associées.

L'enjeu architectural sera pour nous de témoigner de cette sensibilité complexe et actuelles sans faire mode, ni design au sens médiatique et divertissant du terme, et de fabriquer un univers sensuel, atemporel, et élégant.

### Les enjeux d'ordres particuliers qui conditionnent et animent le projet :

La caractéristique spatiale et urbaine du local à la fois très profondes et étroites du local avec un élargissement à mi longueur et un faible façade sur une rue peu ensoleillé et sans recul visuelle porte à développer des pistes de projet qui soulignerai la profondeur du local pour la révéler plutôt que tenter de la gommer.

Cette opportunité linéaire sera saisie aussi pour relier la rue au fond du magasin par des étapes à la fois symboliques, structurantes, et stimulantes, qui construiront une déambulation hédoniste et retenu, guidée et animés de dispositifs mobiliers à la fois support de présentations et révélatrices de notre corporéité.

La disposition des éléments les un avec les autres devant construire un univers rythmé, ancré, sensuel, apaisant, stimulant et ressourçant.

Il est envisagé pour amplifier le caractère du lieu et sa spécificité d'engager une confrontation maîtrisée et « phénoménale » entre son enveloppe historique et matériel et les dispositifs mobiliers contemporains installés.

### le projet :

Pour l'enseigne multimarque qui défend une mode urbaine et engagée de créateurs, nous avons voulu répondre de manière à la fois radicale et sensible. De l'extérieur, la vitrine, un cube métallique noir, évidé et vitré, semble enchâssée dans la façade. Dans cette rue commerçante mais étroite, le passant est happé. A l'intérieur, il découvre un espace étroit, tout en profondeur, dont les parois sont habillées de claustras métalliques réalisés avec des barres d'acier verticales qui se succèdent à intervalle régulier et rythment l'espace. Des étagères et des portants fixés, de façon aléatoire, sur ces barres accueillent les collections. En progressant dans cette nef de métal (de 30m sur 5m), libérée de tout obstacle, le visiteur expérimente une perception dynamique de l'espace grâce à l'effet cinétique des barres de métal. Détachés du mur et rétro-éclairés, les claustras laissent passer le regard et mettent en exergue une cavité malgré l'étroitesse du lieu : les réserves sont ingénieusement logés à l'intérieur entre pierre et métal. Des portes invisibles, aménagées dans les claustras, s'ouvrent et découvrent des rangements dédiés au stock. En traitant ainsi les réserves, nous avons voulu exacerber la profondeur du lieu, plutôt que de chercher à la gommer, et proposer une déambulation esthétique et émouvante aux horizons aventureuses et imaginaires aussi singuliers que l'univers d'Allan Joseph.

Yvann Pluskwa, architecte DPLG

### Données quantitatives :

Année : 2010

Réhabilitation / Statut : Réalisé

Programme : Commerce prêt à porter

Adresse : Marseille 13

Maître d'Ouvrage : Privé

Surface : 205m<sup>2</sup>

Montant des travaux : 300 000 €HT

«Lauréat Prix Marseille Commerce Design 2011»

