

groupe-6

# Architectures & Urbanisme commercial

Andorre  
Arcueil  
Argenteuil  
Bry-sur-Marne  
Calais  
Douai  
Dubai

Grenoble  
Ivry-sur-Seine  
Limoges  
Liverpool  
Lyon  
Millau  
Orly

Quimper  
Rimini  
Thiais  
Tunis  
Vichy

Ante Prima



# Avant-propos -

En 10 ans, Groupe-6 a conçu plus de 40 projets commerciaux et en a construit 20 en France et en Europe.

C'est sous l'influence de quelques-uns de ses architectes passionnés pour la conception des espaces commerciaux que Groupe-6 a réussi à relever le défi de la «régénération» d'un secteur peu considéré par la communauté des architectes : un univers « introverti » faisant peu de cas de son environnement et qui s'inscrit désormais dans la quête incessante de nouvelles approches conceptuelles, économiques, urbaines et architecturales.

Si ces architectes ont pu «faire la différence», c'est sans doute qu'ils portaient en eux l'expertise, l'acquis «pleinement assumé» d'une culture anglo-saxonne qui favorise des espaces commerciaux particulièrement élaborés. Il ne manquait plus que la volonté d'innover là où les besoins se montraient grandissants.

Au sein de l'agence Groupe-6, ils ont été accueillis par les protagonistes de la première heure déjà confortés par le rapprochement avec l'agence britannique BDP sensibilisée au sujet depuis longtemps... Portées par une équipe qui a grandi avec elle, des compétences se sont affirmées, qui exigent rigueur et curiosité architecturales, capacité à maintenir constant le dialogue avec la maîtrise d'ouvrage et les collectivités locales, à faire évoluer tout au long des études les projets développés, et à mobiliser d'importants moyens et outils.

Compétences en résumé parfaitement appropriées au développement de ce secteur d'activités et qui, mises à l'épreuve, ont su convaincre les opérateurs les plus dynamiques et les plus innovants en matière d'urbanisme commercial.



# Architectures & Urbanisme commercial

Andorre  
Arcueil  
Argenteuil  
Bry-sur-Marne  
Calais  
Douai  
Dubai

Grenoble  
Ivry-sur-Seine  
Limoges  
Liverpool  
Lyon  
Millau  
Orly

Quimper  
Rimini  
Thiais  
Tunis  
Vichy

Texte: Pascale Blin

Ante Prima

# Sommaire -

Conception : Groupe-6  
 Direction et coordination :  
 Laurence Guéret-Plard  
 Texte : Pascale Blin

Production : Ante Prima  
 Direction : Luciana Ravel  
 Suivi éditorial : Chloé Lamotte  
 Conception graphique :  
 Sylvain Enguehard  
 Impression : Ingoprint,  
 Barcelone, Espagne

Crédits photographiques  
 Renaud Araud : p. 16, 17,  
 David Barbour : p. 6, 15, 22,  
 28, 36, 37, 51, 50, 52-53, 64,  
 65, 66-67.  
 Nicolas Borel : p. 20, 21, 39,  
 50, 54-55, 60, 74.  
 David Giancattarina : p. 18.  
 Yves Marchand  
 & Romain Meffre : p. 19.  
 Jean-Marie Monthiers : p. 44,  
 78, 79.  
 Paul Raftery : p. 31  
 Éric Sander : p. 90-91.

Paris 2010

- 7 Apporter des réponses contextuelles
- 23 Nourrir une approche complice
- 29 Valoriser une situation
- 43 S'ouvrir à des concepts novateurs
- 49 Zooms
- 50 Arcueil
- 54 Argenteuil
- 56 Bry-sur-Marne
- 58 Dubaï
- 60 Grenoble
- 64 Liverpool
- 68 Millau
- 70 Quimper
- 72 Rimini
- 74 Thiais
- 76 Tunis
- 78 Vichy
- 85 Portrait d'agence

# Apporter des réponses contextuelles -

*Le centre commercial n'est plus un modèle. Il l'a été assurément, en provenance directe des États-Unis. Désormais, et ceci depuis une dizaine d'années, il fait l'objet de nouvelles attentions urbaines, fonctionnelles et architecturales. Son implantation, son programme, son design (...) sont spécifiés au cas par cas et satisfont un contexte toujours jugé unique. Un contexte que seules l'association et la fusion de tous les facteurs politiques, économiques, géographiques, historiques (...), rencontrés et évalués, peuvent définir. Un contexte qui, scrupuleusement analysé, peut alors trouver sa juste traduction dans une réalisation signifiante et identitaire.*

## **Définir un «concept» commercial**

Le diagramme commercial, soit l'équilibre des masses commerciales au sein du projet, est défini par les opérateurs. Selon un mode, parfois simplement empirique, parfois motivé par le besoin ressenti de « se projeter » dans ce que pourrait être l'avenir du commerce... C'est donc à ces hommes expérimentés



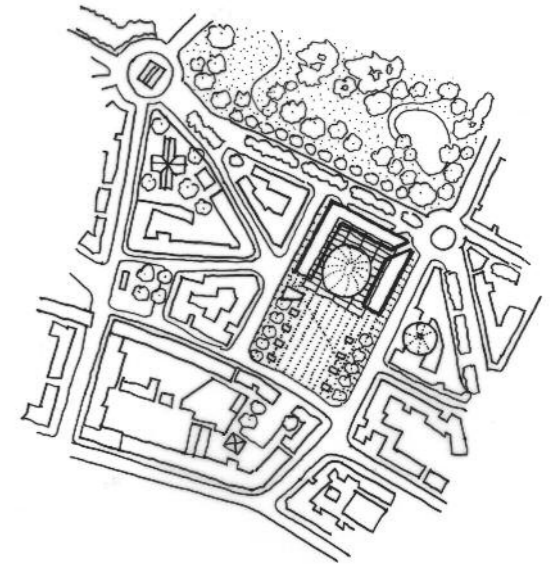
### Douai

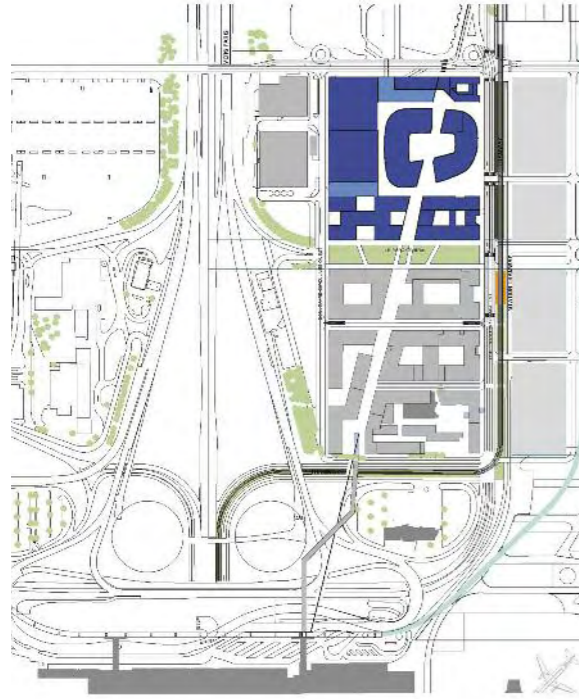
Place du Barlet / Projet en cours d'étude  
 Le promoteur avait repéré les lieux, analysé leur capacité de développement et évalué la volonté politique de la municipalité d'enrichir son potentiel urbain et économique. Entre promoteur et ville, un « deal urbain » est conclu. La ville cède la moitié de la surface de la place pour la réalisation d'un centre commercial, contre l'aménagement urbain, offert par le promoteur donc, de la moitié restante... À condition toutefois, que le projet, dans sa globalité, remporte l'adhésion de tous... et notamment des riverains. Pour oser investir la place du Barlet, un vide de quelque quatre hectares, une sérieuse analyse urbaine s'imposait. Il fallut identifier les traces de l'enceinte de Vauban, évaluer ses connexions possibles avec le réseau des rues commerçantes de la ville, vérifier son accessibilité, repérer ses perspectives sur la porte de Valenciennes, l'hippodrome ou le beffroi...

et/ou visionnaires que revient le choix des positionnements stratégiques des grandes enseignes par rapport aux moyennes et petites surfaces, du nombre de niveaux exploitables, de l'identité du mail de distribution, et parfois même de la thématique « déco » à offrir aux lieux... Sur l'ensemble de ces prérogatives, ils restent vigilants et laissent peu de place à l'interprétation. Mais ils savent néanmoins écouter les propositions novatrices. Ils acceptent aussi volontiers d'entendre les ambitions politiques, économiques, urbaines (...) portées par les municipalités, notamment lorsqu'elles impliquent une mise en compétition, à condition toutefois de conserver la maîtrise des risques financiers, et de pouvoir s'entourer d'une équipe d'architectes / urbanistes / designers capable, par sa capacité d'analyse et de synthèse du contexte associée à sa force créative, de faire la différence.

### Évaluer et négocier l'impact urbain

Inscrire dans un site, quel qu'il soit – urbain, périurbain ou en rase campagne – un centre commercial de quelque 10 à 50 000 m<sup>2</sup>, relève toujours du défi... Avec notamment un impératif à satisfaire : l'optimisation de la gestion des différents flux « véhicules » (des voitures individuelles comme des camions de livraison), les uns et les autres ayant un impact considérable sur l'environnement immédiat, voire plus lointain, de l'équipement.





Pour qu'ils puissent s'imposer fluides, sans pour autant contredire les flux urbains (ou routiers) usuels, ils doivent faire l'objet d'études approfondies – de type aéroportuaires ou hospitalières. Études dont la synthèse doit permettre aux concepteurs des lieux, non seulement de soutenir auprès des aménageurs des collectivités concernées, des propositions de tracés de nouvelles rocades, routes, rues ou simples passages... mais encore, d'en apprécier les possibles concrétisations, pour garantir à l'urbanité des lieux dont ils portent la responsabilité, toute la pertinence requise.

Mais, si la voiture reste le mode d'accès principal à ces « temples » du commerce (même situés en cœur de ville), ces mêmes concepteurs doivent également s'évertuer à juger de l'importance croissante des transports dits alternatifs et désormais favorisés pour répondre positivement aux actuelles politiques de déplacements urbains. De cette importance-ci et de son impact sur l'urbanisme de la ville, dépendent leurs prescriptions pour le traitement non seulement des cheminements conduisant au centre commercial mais aussi de ses abords comme de ses accès piétons, et par voie de conséquence, de son positionnement dans son site et de ses ouvertures sur son environnement immédiat.

La juste appréciation de l'ensemble des flux s'impose ainsi à eux comme l'un des facteurs essentiels de leur composition urbaine, fonctionnelle et architecturale.

#### Orly

Cœur d'Orly / Projet en cours d'étude  
 À l'origine, un vaste projet d'aménagement urbain calqué sur le tracé de l'A86 reliant Orly et la porte d'Ivry au sud de Paris. Sur cet axe et sur des terrains libérés par Aéroports de Paris, il s'agit de développer l'emprise du tissu urbain par la création d'un équipement mixte associant commerces, bureaux, complexe hôtelier et parking en silo. Un U bâti cadre cet îlot. En son creux, « un galet » enroulé par l'espace public comme une figure qui fabrique des « respirations spatiales » sur des perspectives inattendues. De quoi encourager les visiteurs à poursuivre une promenade d'agrément qui peut évidemment se transformer en parcours d'achats.





Santa Coloma / Andorre  
 Projet en cours d'étude  
 Un galet de couleur contenu dans une grande serre, devient signal dans la ville. Sa singulière architecture et son évidente lisibilité depuis l'axe de circulation qui gère les flux France/Espagne, s'impose comme une invitation à une halte « shopping ».

### Définir l'expression architecturale

Des choix de fonctionnement (et de stratégie commerciale) énoncés par le promoteur, des volontés politiques d'aménagement urbain et de développement économique de la municipalité, et de l'analyse du site, de proximité et élargi, découle l'architecture des lieux. Mais, traduction essentielle de l'ensemble des contraintes et exigences auxquelles elle doit se soumettre, elle est aussi le faire-valoir d'une entité « communicante ». Son image doit s'imposer identitaire. « plaque de verdure », « galet dans son écrin », « bouclier évanescent »..., elle se dépeint par l'expression d'une évidente et apparente analogie.

Une expression nourrie par la lisibilité de ses volumes, confortés par des jeux de pleins et de vides – avec des transparences, des percées visuelles, des ouvertures à ciel ouvert... –, par des choix de matière – avec du bois, de la pierre, du verre, de l'acier (toujours prescrits pour leur pertinence contextuelle et leur pérennité) –, par des paysages choisis aussi – avec des toitures végétalisées, des sculptures vertes, des cheminements bucoliques...





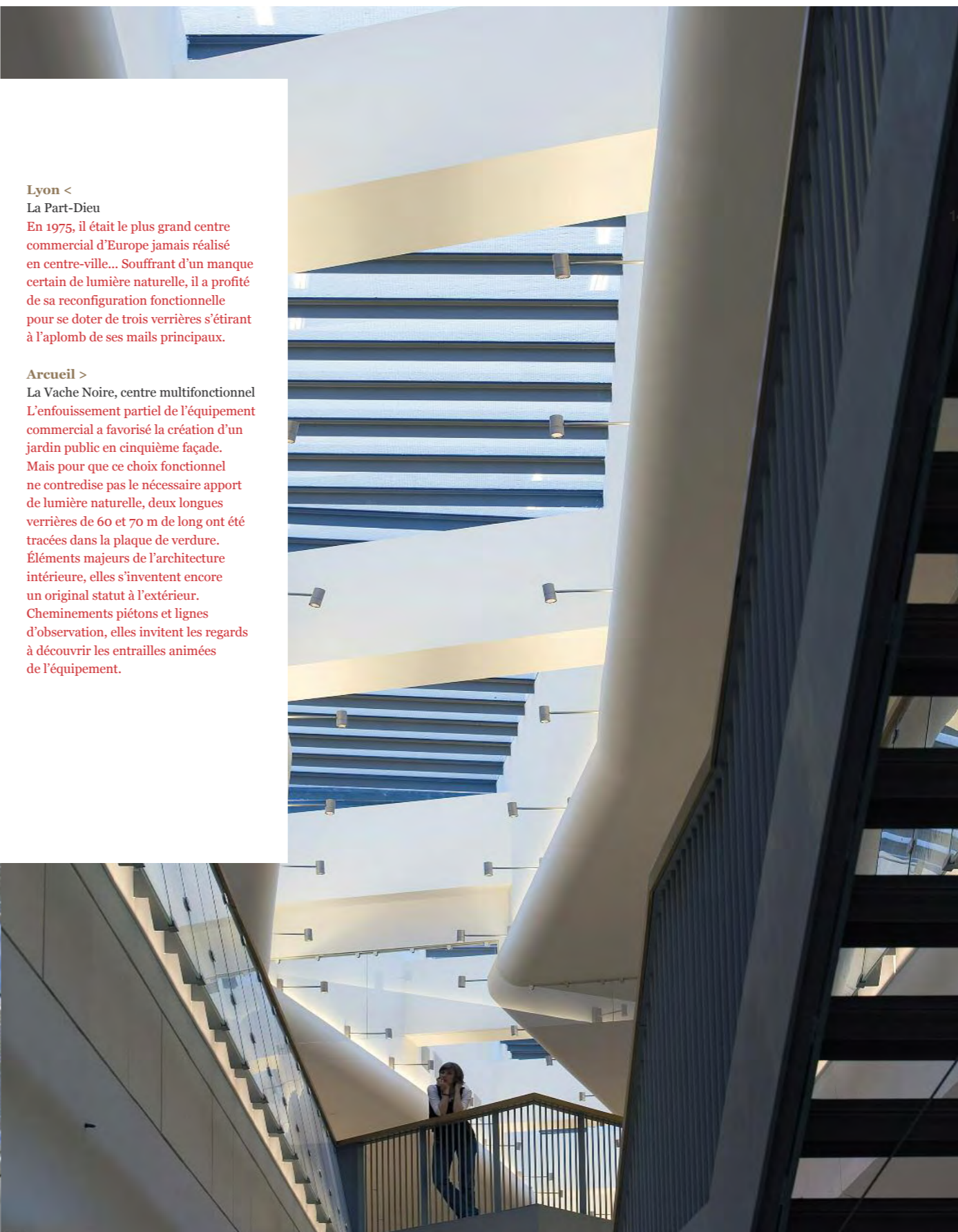


### Traduire les exigences de confort

Si l'expression architecturale contribue à n'en pas douter à définir l'identité des lieux, elle ne pourrait pas, à elle seule, suffire à leur garantir une pérenne attractivité. Cette garantie, il faut la rechercher dans moult détails. Des détails sans lesquels l'image pourrait même apparaître superflue et inappropriée à une fréquentation récurrente des lieux. Ces détails de conception n'étant en effet que la juste traduction des exigences de confort requis par et pour les usagers.

### Rechercher l'apport de lumière naturelle

Les centres commerciaux de la toute première génération se préoccupaient peu ou prou de cet apport-ci. Éclairés à grand renfort de néons, ils sont aujourd'hui inconcevables... En témoignent toutes les réalisations actuelles qui n'hésitent plus à ouvrir leur mail au ciel (qu'elles le coiffent ou non d'une verrière), à creuser des travées pour que les effets de cette lumière zénithale puissent être captés par chacun des niveaux construits (y compris par ceux qui se développent en infrastructure). Et pour que les « boîtes » d'hier toujours en activité, recouvrent quelques attraits, pour que leur clientèle ne s'en échappe pas, alors qu'elles aimeraient profiter du confort qu'apportent les nouveaux équipements – ces écrans de lumière –, de considérables travaux sont engagés. Les toitures, les planchers se découpent, ouvrent d'amples failles de lumière.



Lyon <  
La Part-Dieu

En 1975, il était le plus grand centre commercial d'Europe jamais réalisé en centre-ville... Souffrant d'un manque certain de lumière naturelle, il a profité de sa reconfiguration fonctionnelle pour se doter de trois verrières s'étirant à l'aplomb de ses mails principaux.

Arcueil >

La Vache Noire, centre multifonctionnel L'enfouissement partiel de l'équipement commercial a favorisé la création d'un jardin public en cinquième façade. Mais pour que ce choix fonctionnel ne contredise pas le nécessaire apport de lumière naturelle, deux longues verrières de 60 et 70 m de long ont été tracées dans la plaque de verdure. Éléments majeurs de l'architecture intérieure, elles s'inventent encore un original statut à l'extérieur. Cheminements piétons et lignes d'observation, elles invitent les regards à découvrir les entrailles animées de l'équipement.



**Thiais**  
 Thiais village  
 Le parking s'impose ici par son originalité. Il est certes « designé » et coloré mais c'est assurément la longue et ample travée ouverte sur toute sa hauteur et à ciel ouvert ici déployée qui le caractérise. Ce gigantesque puits de lumière en modifie sans conteste l'appréhension. Ceci d'autant plus qu'il est sur toute sa longueur paysagé, sur sa périphérie ouvert sur les profondeurs du parking (ce dernier détail étant par ailleurs le garant d'une efficace ventilation naturelle des lieux), et en ses extrémités enfin, investi par les escalators et les ascenseurs panoramiques.

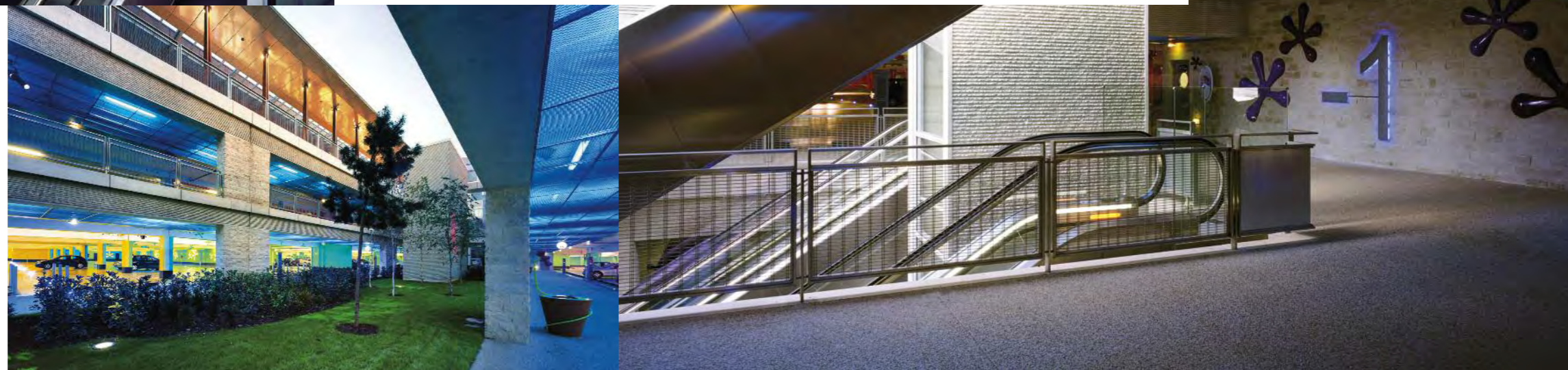
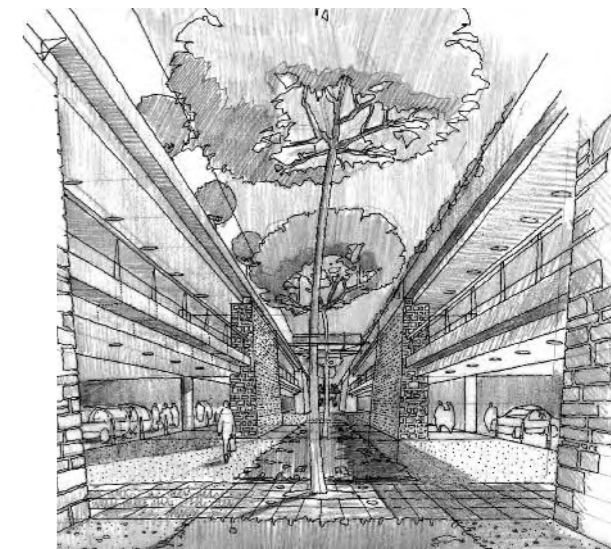
### Valoriser les accessibilités parking

Les interminables étendues de bitume associées aux milliers de capots de voitures... ne sont plus guère de mise.

Là aussi, les temps anciens sont révolus. Le parking se construit, en se préoccupant d'un certain confort d'usage, en faisant preuve de créativité.

En infrastructure, il peut, en réponse obligée à des fortes contraintes urbaines et foncières, conserver sa classique typologie. Toutefois, il est désormais « designé » comme un lieu d'importance. Mais il peut aussi bénéficier de profonds puits de lumière, garants d'apports non négligeables de lumière comme d'une efficace ventilation naturelle.

En superstructure, il satisfait le mode « silo ». Il appartient alors à l'architecture des lieux et étire ses façades en correspondance avec celles que décline l'entité commerciale.





Arcueil  
La Vache Noire

### Se soucier du moindre détail

Lumière naturelle omniprésente, parkings ventilés et designés... mais encore une vue cadrée, un mobilier dessiné pour le repos des personnes âgées, un plafond abaissé et adouci pour les allées distribuant les boutiques de prédilection des enfants, un jeu composé pour la distraction des tout petits... Tout ce qui concourt ainsi au confort des usagers participe à la définition de l'architecture des centres commerciaux. Et ce sont tous ces détails attentionnés qui, en participant à la définition des caractéristiques qualitatives d'un lieu, pourraient bien faire la différence... et rendre ce lieu-ci plus attractif et captif que ce lieu-là.



Sculptures végétales © Agence TER



### Satisfaire les préoccupations environnementales

Construire aujourd'hui, c'est tenir compte du monde qui évolue... C'est affirmer une certaine politesse environnementale.

La maîtrise des énergies est au centre des préoccupations, et ne peut être évincée des programmes commerciaux, catalogués il y a encore peu, comme « mauvais élèves » en la matière - avec des consommations exacerbées, liées au chauffage, au rafraîchissement et à l'éclairage artificiel de leurs grands volumes.

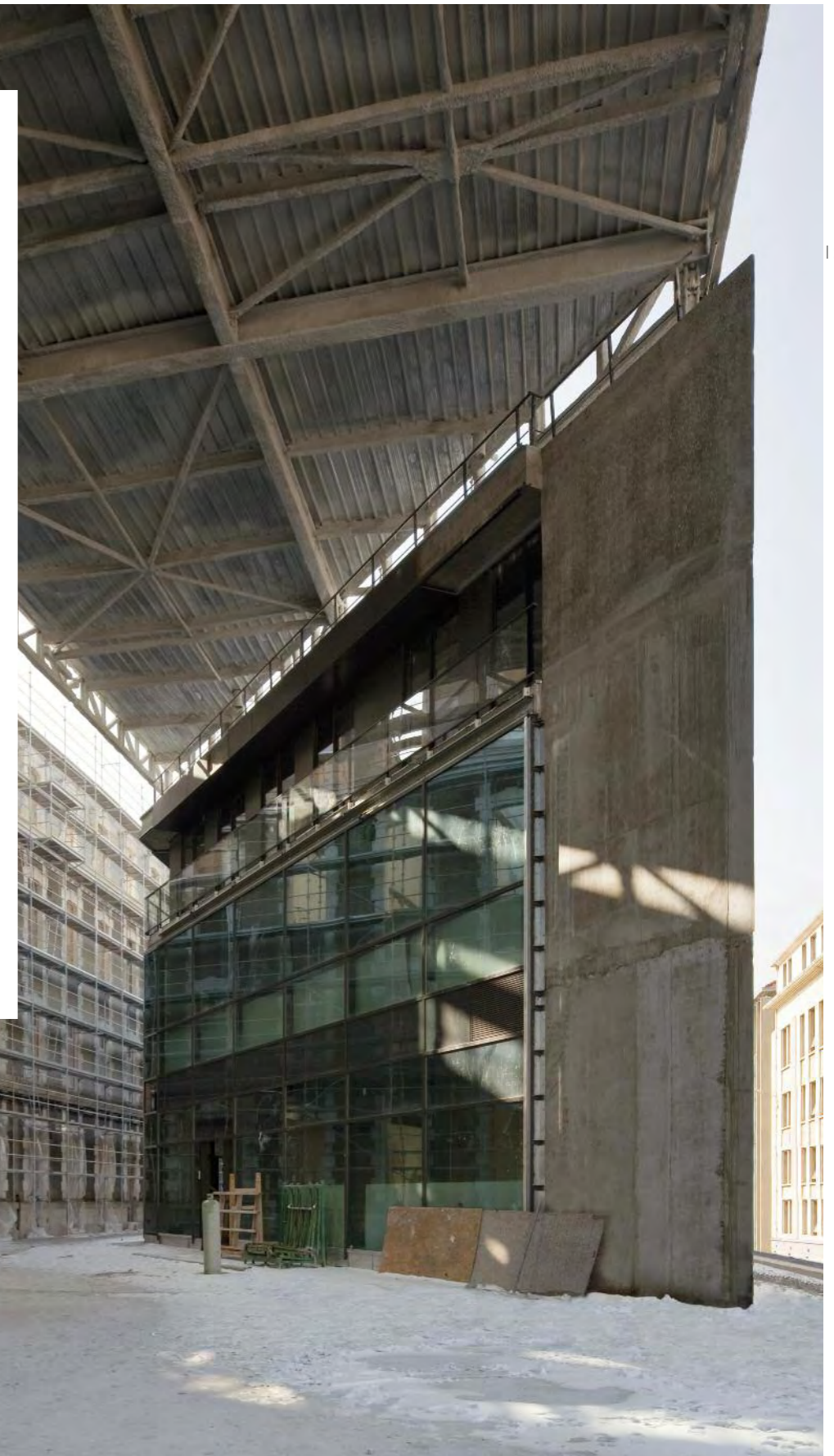
Mais la recherche de solutions écologiques et énergétiques durables ne résume certainement pas à elle seule les préoccupations environnementales. Pour construire aujourd'hui un projet « citoyen », il faut encore s'assurer qu'il tend à minimiser la consommation du territoire (jusqu'à restituer des espaces publics à la population), qu'il valorise aussi le concept de mixité...

#### Grenoble

##### Caserne de Bonne

Programme mixte et opération phare, en termes de haute qualité environnementale (souhaitée par la mairie, soutenue par la Communauté européenne et récompensée par le grand prix Écoquartier 2009), « la Caserne » offre à sa halle un fonctionnement bioclimatique.

Pour relever ce défi environnemental, elle a cumulé les dispositifs - utilisation du bois, installation en toiture de 1 000 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques, et d'environ 10 000 m<sup>2</sup> de surface végétalisée (qui régulent le débit des eaux pluviales), raccordement au réseau de chauffage urbain, alimentation du système de climatisation des commerces et bureaux par la nappe phréatique... Et si son mail, comme ses failles transversales, supportent de n'être ni chauffés, ni climatisés, c'est que son orientation nord/sud lui est particulièrement favorable - avec des façades extérieures très isolantes, et des façades intérieures facilitant quant à elles les échanges énergétiques (avec les boutiques)...





## Nourrir une approche complice -

*Les promoteurs de centres commerciaux construisant sur le sol français se révèlent plutôt dynamiques et entreprenants, toujours à l'affût des opérations qu'ils pourraient produire...*

*Ils sont de surcroît tous différents. Différents dans leurs ambitions, et leurs approches économiques, politiques, urbaines, fonctionnelles, architecturales. Différents dans leurs expériences passées. Différents aussi dans leur capacité à prendre des risques, à faire preuve d'audace. Mais quelles que soient leurs différences, une chose assurément les rassemble – leur volonté de s'engager, avec les équipes d'urbanistes/architectes/designers qu'ils sollicitent, sur les chemins de la complicité.*



Trois projets, développés par Soderip, filiale dédiée aux projets de centre-ville du groupe Casino, témoignent d'approches particulièrement innovantes.

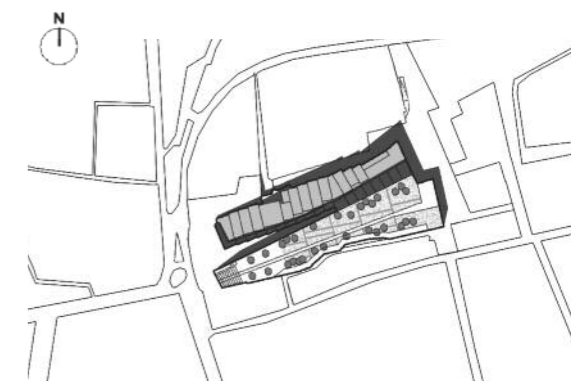
- < À Santa Coloma (Andorre), c'est un mail mono-orienté qui se déroule.
- > À Quimper, c'est un îlot « ouvert » qui se décline. Un îlot qui, situé au cœur du quartier historique et touristique en reprend encore les fondements typologiques et architecturaux.
- > À Millau, c'est un axe de liaison majeur entre deux places urbaines, une véritable (bien que couverte) rue traversante qui s'étire.

## Partager les expériences

Un projet de centre commercial se mène de concert. Promoteurs/investisseurs et urbanistes/architectes/designers constituant une véritable équipe formée, au cas par cas peut-être, mais toujours pour construire le « meilleur ». Un « meilleur » qui, validé, entraîne souvent une fidélisation de ladite équipe.

En réunissant les expériences des uns et des autres, en les confrontant et/ou confortant, le projet gagne assurément en pertinence.

Ce n'est qu'en associant objectifs économiques et ambitions architecturales, programmation éprouvée et fonctionnalité progressiste, outils communicants et image identitaire (...), qu'il peut prétendre au succès. Un succès porté par ses valeurs singulières, comme ses caractéristiques qualitatives originales, et confirmé, il est vrai, par sa fréquentation. Mais quand un centre commercial réussit à cumuler des atouts concoctés dans une réelle complicité et en belle intelligence, il ne peut être que plébiscité par tous...





## S'ouvrir au dialogue

Un promoteur de centres commerciaux obtient ses droits à construire en suivant l'une ou l'autre des deux voies qui lui sont ouvertes.

La première est personnelle. Il a identifié un site, a jugé ses potentiels, a choisi une équipe d'urbanistes/architectes/designers avec laquelle il orchestre un projet, en définit l'identité comme les caractéristiques, avant de le soumettre enfin à la municipalité. Une municipalité qui, dès lors qu'elle se sent essouffée par les problèmes d'aménagement qu'elle rencontre, apprécie tout particulièrement la démarche. Elle peut alors choisir non seulement d'accepter la proposition du promoteur hardi, mais encore de lui confier le rôle usuellement assumé par les SEM<sup>1</sup>, et de lui demander ainsi de prendre en charge l'urbanisation de tout un secteur, la gestion du foncier, la fabrication d'espaces publics, la maîtrise d'un cahier des charges architecturales... D'assumer en résumé un rôle d'aménageur public!

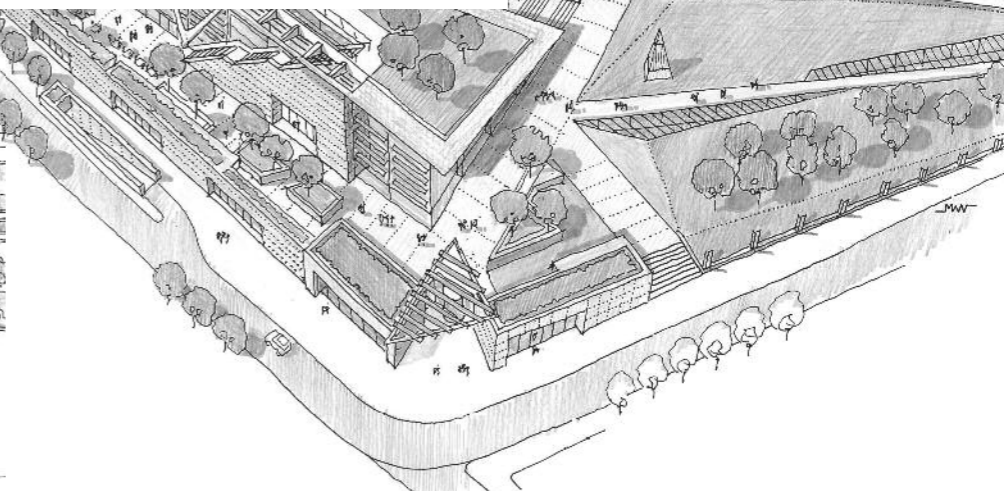
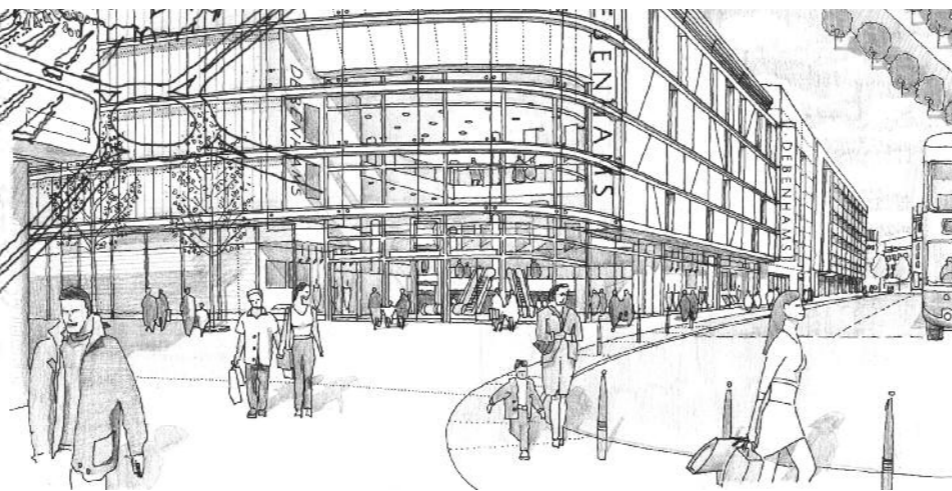
La seconde est concurrentielle. Une SEM a bien joué son rôle et la municipalité décide d'organiser un concours promoteurs/architectes...

En termes de « risques » à encourir, le second cas de figure est de loin le plus rassurant. Le seul risque réellement identifié étant celui de perdre le concours, ou de voir le projet s'arrêter pour moult bonnes raisons (politiques, économiques...).

1 / Société d'économie mixte

Quant au premier, il est incontestablement régi par un « sens du timing » tout à fait aléatoire... Le risque majeur d'une telle opération pouvant se résumer au « temps » investi et pouvant *in fine* être jugé comme perdu. Entre le premier contact et l'éventuelle livraison du projet, le temps en effet s'écoule, souvent incontrôlable. Le scénario idéal et récurrent n'existe pas.

Mais en acceptant de lever un à un les obstacles rencontrés, de sans cesse réévaluer et optimiser le scénario de départ... le projet peut prendre forme. Pour le faire aboutir, il faut réussir à interpeller et séduire tout un panel d'intervenants - des membres du conseil municipal aux riverains en passant par l'architecte des Bâtiments de France, les associations locales... Pour cela il ne faut pas hésiter à produire nombre de carnets d'études dévoilant diagnostics des lieux, intentions urbaines, variantes possibles du projet, dessins et détails à l'appui... Et il ne faut pas non plus hésiter à reprendre et approfondir sa copie... encore et toujours - jusqu'au résultat escompté. Mais pour accepter les longues et incontournables négociations inhérentes à cette approche, sans pour autant renoncer à ses ambitions cumulées, il faut aussi faire preuve d'une essentielle qualité - être ouvert au dialogue. Réussir à s'imposer comme l'un des acteurs de l'urbanisme commercial appelle assurément persévérance et humilité.





## Valoriser une situation -

*Le concept de centre commercial est apparu, il y a quelque cinquante ans... avec le développement conjoint de la grande distribution et des transports individuels. C'est en sortie de ville, pour des raisons essentielles d'espace disponible et de rentabilité foncière qu'il a émergé, sous forme de boîte...*

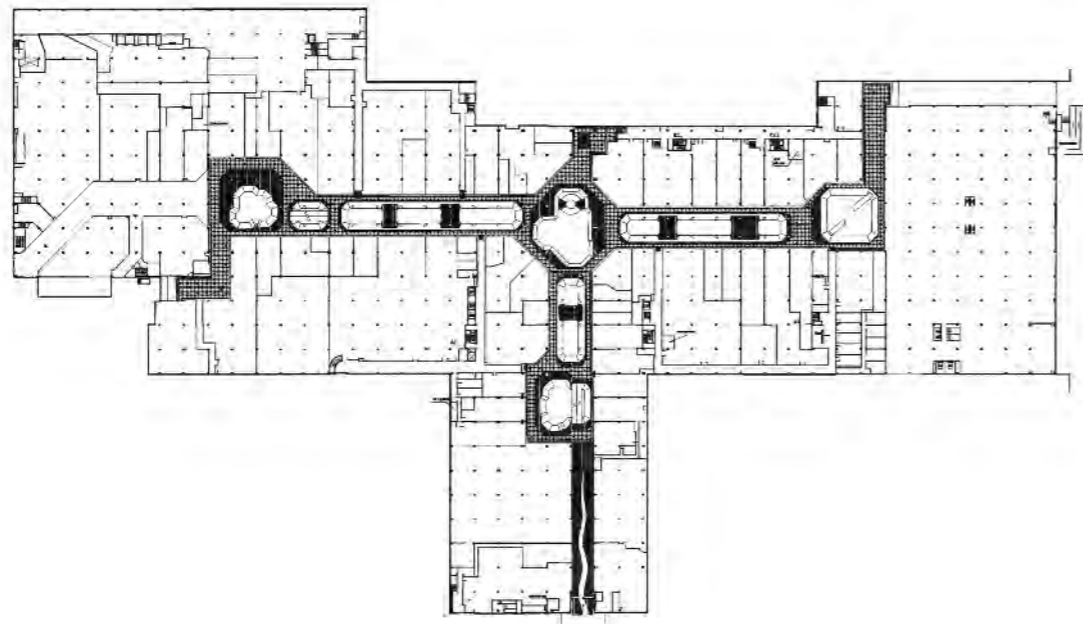
*Mais aujourd'hui, soucieux de dévoiler de nouveaux atours particulièrement attractifs pour conquérir une clientèle de plus en plus exigeante et de moins en moins captive, il choisit de bannir de son image, toute référence à son modèle d'hier et préfère jouer la carte de la singularité. Avec des typologies d'implantations variées. Avec des architectures contextuelles et identitaires.*





Ivry-sur-Seine <  
Grand-Ciel  
Construit en 1978, dans un *no man's land*, le centre commercial d'Ivry s'est rapidement retrouvé en cœur de cité. « Victime » de son succès, il a par ailleurs été contraint, dès 1990, à réaliser une extension. Laquelle rappelle qu'à l'époque, c'est l'identité « high tech » qui était plutôt convoitée...

Lyon > v  
La Part-Dieu  
Construit en 1975, restructuré en 2001 pour gagner en confort et en lumière naturelle et pour offrir sur l'avenue Vivier-Merle une nouvelle façade – une double peau métallique intégrant les enseignes lumineuses –, le centre commercial de La Part-Dieu, engage en 2010 une nouvelle campagne de travaux. Cette fois, c'est pour se raccorder à la tour « Oxygène », nouvel emblème de ce quartier en quête d'une identité plus « moderne ».



### Réhabiliter, restructurer, transformer le parc existant

Les centres commerciaux de la première génération (1960-1980), implantés en périphérie urbaine, se retrouvent aujourd'hui bien souvent « en ville ». Leur environnement d'hier généralement « vierge » ayant été rattrapé par l'urbanisation galopante des cités. Ces équipements sont donc appelés à se transformer. Pour à la fois s'intégrer à un nouveau paysage plus urbain, s'offrir de nouvelles accessibilités, s'adapter à de nouveaux usages, et valoriser de nouveaux atouts. Si certains de ces lieux subissent de simples « lifting » leur livrant l'apparence d'une certaine modernité, et les pliant aux « goûts du jour », d'autres plus ambitieux et portés par de réelles ambitions architecturales choisissent de s'engager dans une restructuration lourde. Avec de nouvelles façades « ouvertes » pour enfin abandonner le statut d'hier exclusivement introverti. Avec un nouvel élément de composition singulier pour devenir « repère » dans la ville. Avec de nouvelles « interventions lumières » et notamment la création de grandes verrières, associées au percement de longues travées, pour gagner en confort. Avec de nouveaux parkings construits en mode silo ou en infrastructure pour libérer du territoire...





### Qualifier un *no man's land*

Une implantation en rase campagne..., fut le lot de la plupart des centres commerciaux de la première génération.

Organisés le plus souvent autour d'un hypermarché et plébiscitant le règne de l'automobile, ils se voulaient avant tout efficaces, et moteurs d'une certaine économie...

À quelques rares exceptions près, ils ne laissaient guère de place à l'investigation architecturale. Mais les lois régulant les implantations de ces grandes surfaces, ont évolué... et celles-ci ont fini par disparaître peu ou prou des projets d'implantation actuels.

Mais quand elles obtiennent aujourd'hui un droit de cité – ou quand celles qui existent se décident à engager une conséquente (et nécessaire) restructuration –, elles réfutent la piètre qualité de « boîte à chaussures » et s'offrent de plus nobles caractéristiques.

Elles se qualifient en cherchant à développer une image « environnementale » qu'elles peuvent aussi associer à une identité locale, voire régionale. Elles se bâtissent alors, avec des matériaux pérennes et de proximité, et font valoir une « histoire » architecturale et paysagère avec des signes puisés dans le plus proche patrimoine. Et si la France semble saturée de ce type d'opérations, ce modèle originel conserve quelques atouts économiques que les très grands groupes Auchan, Carrefour, Décathlon, Géant, etc., exploitent toujours, à l'étranger notamment,

Tunis / Tunisie <>

Tunis City

En Tunisie, les règles d'urbanisme imposent encore aux centres commerciaux de s'éloigner des villes – à plus de trois kilomètres.

Aux portes de Tunis, une architecture de « boîte » pour le nouveau centre commercial du groupe Medis n'était pas pour autant de mise. Pour ne pas dénaturer le paysage – une colline plantée d'oliviers centenaires –, pour affirmer ses références à l'architecture tunisienne, il se construit dans la masse avec des matériaux locaux et allège ses abords par des parcours d'approche qu'identifient des structures métallo-textiles.

Limoges v

Les Casseaux

«L'Immobilier Groupe Casino» a engagé un vaste programme de restructuration/remodelage de ses centres commerciaux implantés en périphérie de villes.

L'équipement de Limoges, l'un des premiers centres à bénéficier de cette « politique d'image » identifiée sous l'appellation « Aleudia », valorise un ancrage local - avec de la pierre issue des carrières les plus proches, avec de la porcelaine aussi...





**Bry-sur-Marne <**  
**Les Armoiries**  
 Ici, le magasin IKEA existait...  
 Judicieusement installé à quelques encablures d'une sortie de l'A4. Entre l'autoroute et la limite d'urbanisation de la ville s'étirait un site inoccupé de quelque trois hectares. C'est en ce lieu que se développe « les Armoiries », qui offre désormais deux extrémités « phares » avec deux enseignes d'appel (IKEA, côté sud, et Truffaut, côté nord/est) parfaitement identifiables depuis l'autoroute. Entre les deux, c'est une rue/promenade qui s'étire, conçue et dessinée, pour susciter le plaisir « shopping » nouvelle vague.

**Santa Coloma / Andorre >**  
**Centre commercial**  
 À la sortie d'Andorre La vieille, sur la route de l'Espagne, Santa Coloma se love au creux de la vallée. Sur cet axe fréquenté par les touristes avides de « shopping économique », – conforté par le projet d'extension et de remembrement de la commune –, l'opportunité de réaliser un centre commercial « duty free » ne pouvait se laisser échapper.

dans les pays soucieux de conquérir (et d'urbaniser) leurs campagnes - en Chine, en Inde, au Maroc, en Tunisie...

### Valoriser une implantation stratégique

La grande enseigne qui acceptait (voire préférait), il y a encore peu, être isolée des autres grands magasins, à condition toutefois qu'elle puisse bénéficier d'un site idoine – à distance maîtrisée de la ville et surtout le long ou à la croisée d'axes majeurs de circulation – semble quelque peu modifier sa stratégie d'implantation. Elle cherche désormais à s'associer à une petite galerie commerciale, à s'entourer de boutiques, de restaurants, d'espaces de loisirs, de club de gym, de jardins... Ceci pour satisfaire une démarche qu'elle revendique « citoyenne ». Pour pouvoir mutualiser certains espaces (parking, mail, jardins), pour pouvoir se rapprocher des villes en proposant une échelle (par morcellement des masses) plus adaptée à un environnement résidentiel... Ceci aussi pour développer un concept de courses/loisirs, pour que le moment passé (souvent par nécessité) entre ses rayons soit conforté par des moments de plaisirs partagés entre amis, en famille...





### Revitaliser un quartier de ville

Un quartier anéanti par la crise, abandonné par ses activités et autres commerces, délaissé par ses habitants...

La situation n'est pas si rare... et rencontrée par des villes qui ont pourtant connu de belles heures de gloire mais qui n'ont pas pu à un moment donné de leur histoire faire face à une industrie en déperdition, à un transfert de compétences, à un épuisement économique...

Pour revitaliser le quartier concerné, la municipalité doit réussir à mobiliser de sérieux partenaires/investisseurs. Elle doit afficher sa volonté politique avec ferveur, clamer ses ambitions haut et fort et mettre en œuvre tous les outils et moyens nécessaires à la concrétisation de son entreprise... À commencer par le lancement d'études prospectives de faisabilité - économiques, urbaines, architecturales. À suivre par un projet urbain de grande ampleur confié à une équipe d'urbanistes/architectes. À compléter par l'organisation éventuelle de concours d'architecture pour réaliser tel ou tel îlot, tel ou tel équipement public...

Pour mener un projet de ce type, global et cohérent, elle doit s'armer de patience, ne pas craindre d'éventuelles retombées politiques (notamment électorales), et faire confiance à la créativité des experts qu'elle sollicite. Des villes de cet acabit, il n'en manque pas. Quant à leurs projets de quartier, ils dépassent souvent - par les qualités architecturales qu'ils développent, et les nouvelles

Liverpool / Royaume-Uni  
Debenhams

Vaste projet commercial synonyme de renouvellement urbain, « Paradise One », efface ses limites avec son environnement immédiat pour devenir un « morceau de ville ». Et s'il a fait l'objet d'un *master plan* unitaire et cohérent, chacun de ses îlots, dont celui du magasin Debenhams, a été réalisé par une équipe d'architectes différente.

Aujourd'hui achevé, ce « morceau de ville », aux architectures emblématiques et au succès commercial indéniable, a sans conteste relevé le double défi de la revitalisation du quartier des docks et de la régénération économique de la ville.

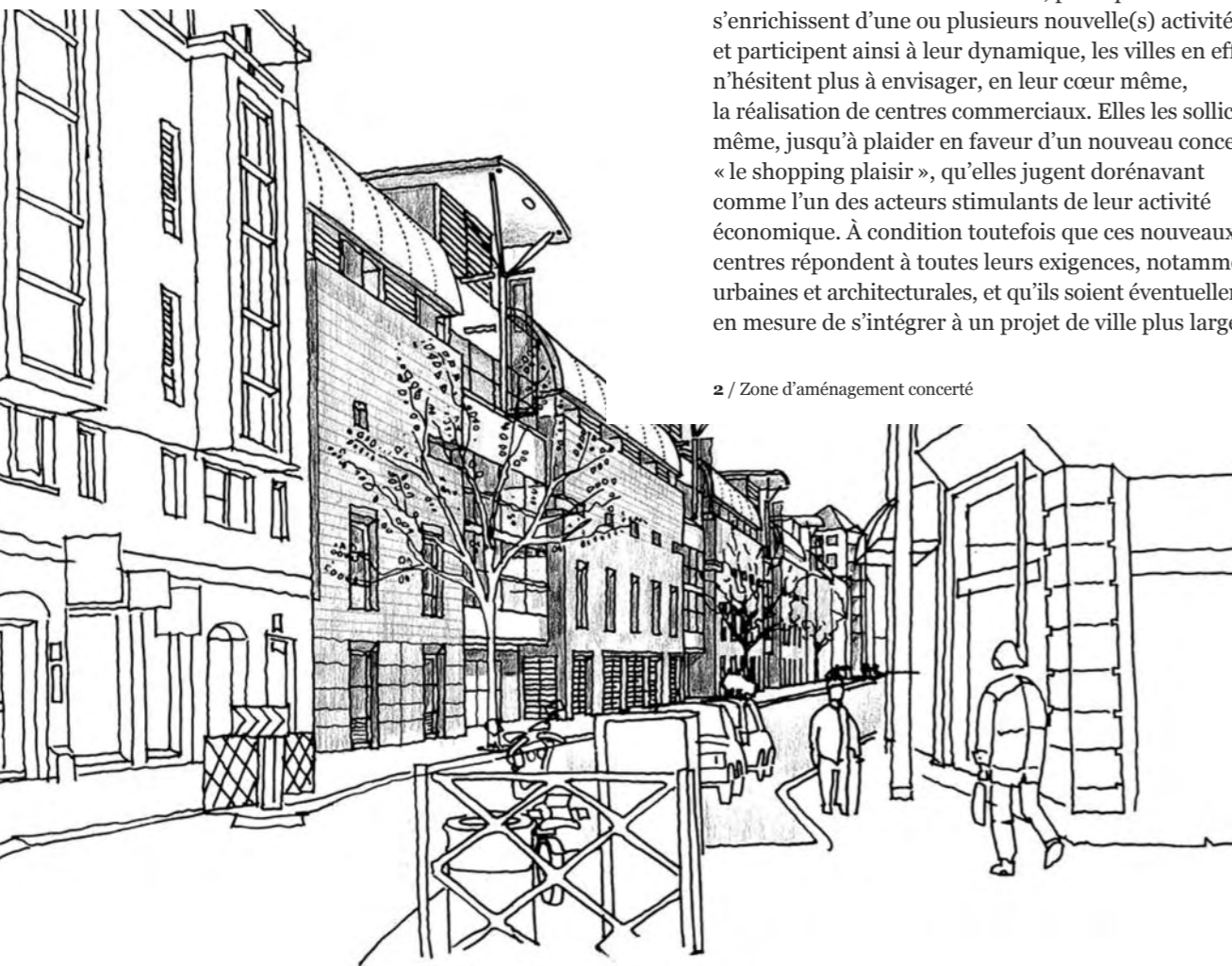


attractivités commerciales qu'ils réussissent à générer – les espoirs d'une municipalité, dont ils finissent par devenir l'emblème.

### Couturer un îlot, ouvrir une ZAC<sup>2</sup>

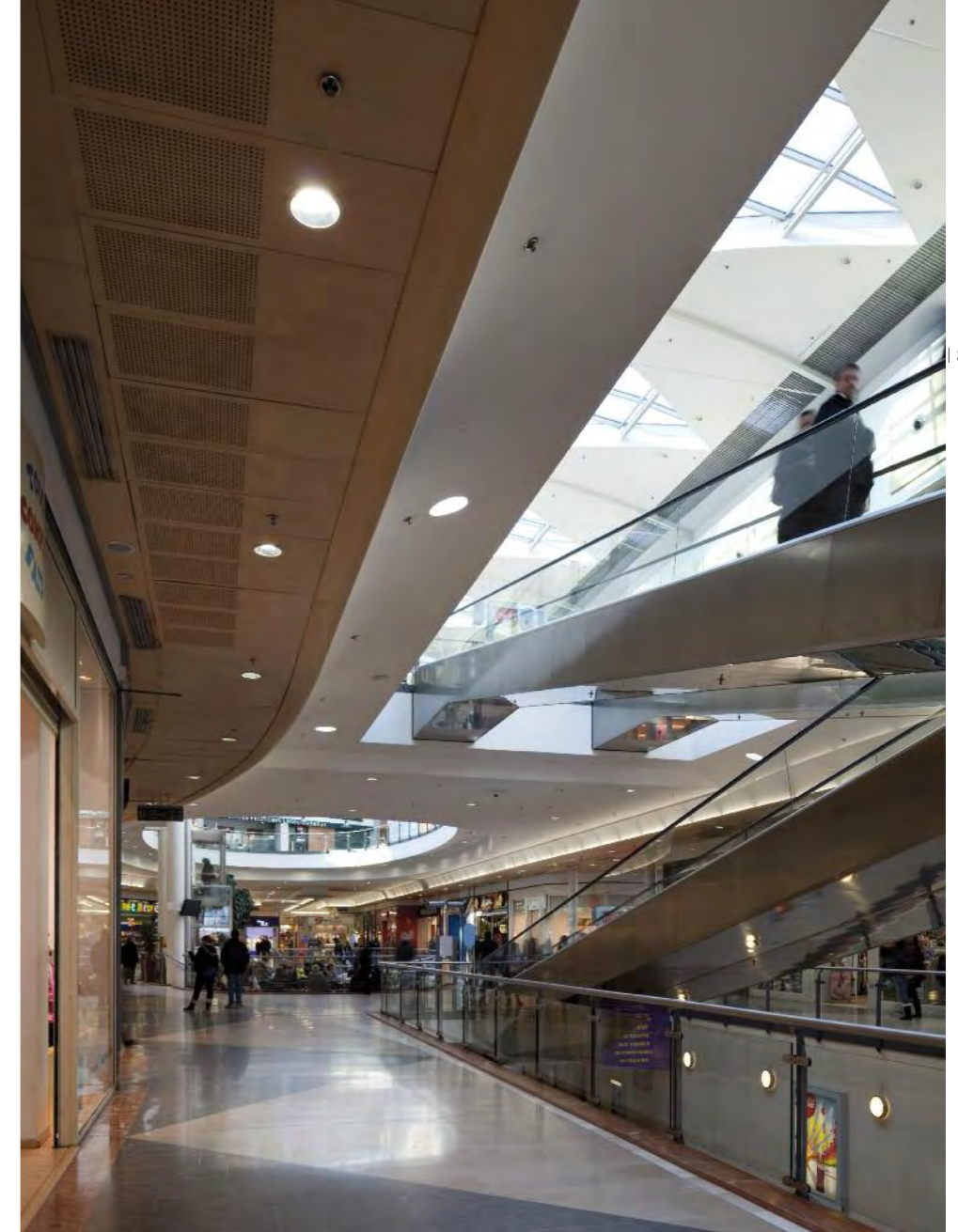
Le centre-ville, hier oublié par les promoteurs de centres commerciaux, trouve dorénavant à leurs yeux un intérêt certain... Ceci d'autant plus que les opportunités foncières existent aujourd'hui, se multiplient même avec la libération de terrains conséquents (notamment militaires...) et que les municipalités acceptent volontiers de se décharger de lourds et coûteux aménagements. Pour qu'un îlot insalubre puisse recouvrer quelque cohérence, une place polluée par une étendue de capots de voitures, une certaine noblesse, et un ancien hôpital militaire une nouvelle affectation, pour que ces lieux s'enrichissent d'une ou plusieurs nouvelle(s) activité(s) et participent ainsi à leur dynamique, les villes en effet n'hésitent plus à envisager, en leur cœur même, la réalisation de centres commerciaux. Elles les sollicitent même, jusqu'à plaider en faveur d'un nouveau concept – « le shopping plaisir », qu'elles jugent dorénavant comme l'un des acteurs stimulants de leur activité économique. À condition toutefois que ces nouveaux centres répondent à toutes leurs exigences, notamment urbaines et architecturales, et qu'ils soient éventuellement en mesure de s'intégrer à un projet de ville plus large...

2 / Zone d'aménagement concerté



### Argenteuil Côté Seine

Dans un tissu particulièrement dense, le centre commercial s'inscrit en toute humilité. Il cherche à se fondre dans la ville. Seul son accès principal, à l'angle d'un carrefour, témoigne de son existence. Les autres façades, celles qui dans cet imbroglio de constructions diverses réussissent quand même à se dévoiler, demeurent discrètes - avec un parement de briques, avec des portes de sorties de secours, des accès parking ou livraisons, des grilles de gaines de ventilations (...) traités avec délicatesse pour reprendre le rythme des typologies du bâti environnant.





**Quimper <**

**Le Chapeau Rouge**

L'îlot commercial s'organise dans le plus grand respect du quartier historique auquel il appartient.

Avec une typologie de parcellaire ancien, étroit et profond. Avec une trame de maisons de ville coiffées d'une toiture à deux pentes. Avec encore, et sans doute essentiellement pour garantir au site la porosité escomptée, une rue piétonne traversante entre les rues de la Providence et du Chapeau Rouge.

**Grenoble / ZAC de Bonne >**

**Caserne de Bonne**

Entre l'hypercentre et les grands boulevards, se love l'ancienne caserne militaire de Bonne... C'est en ce lieu resté longtemps en friche, que la municipalité promettait de construire un nouveau quartier mixte. Un quartier ouvert à la ville. Promesse aujourd'hui tenue. Les bâtiments existants ont été restructurés, valorisés par de nouvelles affectations. Des programmes de logements se sont construits par lots. Et le centre multifonctionnel, qui s'étire d'est en ouest, témoigne tout particulièrement des ambitions urbaines portées pour l'ensemble de la ZAC. Elle est séquencée par des « failles » qui garantissent les liaisons escomptées entre le centre-ville et l'Écoquartier et qui, associées à son mail longitudinal, multiplient les parcours urbains.

Ces centres-ci s'adaptent, cherchent à faire corps avec le contexte urbain qui les accueille.

S'ils doivent rentrer au chausse-pied au creux d'un îlot, ils n'ont guère l'occasion d'exprimer leur ampleur.

En contrepartie, ils jouent la carte de la discrétion, se fondent dans l'empreinte du tissu existant.

S'ils doivent contribuer à l'identité d'une ZAC, ils en confortent les caractéristiques - architecturales, environnementales, de mixité et/ou d'ouverture sur la ville... Leurs limites avec leur environnement immédiat s'effacent.



PARC



## S'ouvrir à des concepts novateurs -

*Les courants politico-économiques et environnementaux, les contraintes urbaines et foncières évoluent avec la société. Pour suivre – et mieux encore anticiper ces phénomènes – le centre commercial abandonne son modèle d'hier. Le grand équipement, monofonctionnel et introverti, en périphérie urbaine, tend à disparaître, au profit d'opérations mixtes ouvertes à et sur la ville. Des opérations qui revendiquent haut et fort leurs nouvelles caractéristiques.*



#### Arcueil <

##### La Vache Noire

En proue de ZAC, le centre commercial laisse à peine imaginer l'ampleur de l'opération dont il a été le moteur. Pour partie enterré, il supporte un jardin public de 13 000 m<sup>2</sup> sur lequel s'ouvrent en gradins 78 logements. Ce jardin s'offre à la ville. Il est devenu un atout majeur de la mixité et un emblème d'un quartier achevant sa restructuration.

#### Vichy v

##### Les 4 chemins

En cœur de ville, ce complexe associe équipement commercial, bureaux, logements, casino, multiplexe et parkings. Pour faciliter identifier ces fonctions et fractionner son échelle dans le paysage urbain, il se compose de plusieurs bâtiments aux architectures subtilement dissociées et développées en périphérie de place et autour d'une agora couverte par une verrière.

#### Projet mixte en cours d'étude >

En pied de colline, un parking sur deux niveaux disparaît au profit d'un programme mixte de 15 000 m<sup>2</sup> de commerces, crèche, logements sociaux, résidence étudiante, et jardin public. Si les commerces s'organisent sur deux niveaux tel un socle, le jardin s'infilte entre les toitures des logements et s'appuie sur un parcours de restanques et d'escaliers mettant en relation la ville haute et la ville basse. Un vaste jardin public est appelé à devenir une destination privilégiée pour les riverains.



## Favoriser la mixité

Les esprits « changent », les collectivités, les urbanistes, les promoteurs et les architectes s'interrogent sur l'opportunité d'associer aux grandes surfaces d'autres programmes – des logements, des bureaux, des équipements scolaires, sportifs, culturels... Le temps est à n'en pas douter à la mixité... sociale pour les plus érudits et programmatique pour les plus pragmatiques.

Moteur de la régénération urbaine, qui bénéficie souvent de la libération de grands ensembles fonciers en cœur de ville, cette mixité (quel qu'en soit l'objectif avoué) génère de nouvelles approches commerciales, modifient les comportements des usagers...

Pour inviter tous les usagers, les « habituels » qui se déplacent en voiture, se garent invariablement dans les sous-sols des lieux, mais aussi ceux de première proximité, qui habitent, travaillent, se détendent dans l'îlot investi par l'ensemble du programme (ou à quelques encablures de là) à rejoindre leurs mails ou rues, leurs places ou agoras, ces nouveaux centres commerciaux « urbains », multiplient et caractérisent leurs accessibilités. S'ils traitent avec soin et souvent originalité leurs sorties de parking, ils travaillent aussi leurs cheminements piétons. Ils déroulent de plaisantes allées au travers d'un jardin, le long d'un plan d'eau, il les protègent des intempéries par un débord de toiture, un auvent suspendu ou un vélum tendu...







**Millau <**

**La Capelle**

Dans le prolongement de la rue commerçante de la ville, une nouvelle rue s'étire jusqu'à la place créée face à l'atelier Causse. Une rue couverte par une verrière certes, mais qui s'impose par sa cohérence urbaine, puisqu'elle livre une transparence totale et une perspective constante tout au long de son parcours (du centre-ville à l'atelier) sur le paysage environnant.

**Thiais v**

**Thiais village**

Ici, c'est un mail à ciel ouvert qui s'étire entre deux extrémités « phares » - entre la façade d'IKEA au nord et une place/amphithéâtre au sud bordée par les terrasses des restaurants. Les plantations ici associées au mobilier urbain rythment le parcours commercial. La pergola qui épouse la courbe de la façade ouest invite (notamment par temps de pluie) la clientèle des lieux à « lécher » les vitrines des boutiques.

**Orly >**

**Cœur d'Orly**

Au creux d'un U, un galet s'installe. Les « face-à-face » ainsi créés entre droites et courbes fabriquent des espaces publics inattendus, riches en diversité et perceptions spatiales.

**Créer l'ouverture**

Le centre commercial « introverti » tend à s'effacer, même si nombre de promoteurs refusent encore d'ouvrir les boutiques sur l'espace public. Refus qu'ils justifient pour des raisons de sécurité, prétextant qu'une boutique accessible tout à la fois depuis le mail intérieur et la rue, ne peut efficacement garantir sa surveillance...

Certains pourtant tentent quelques percées – avec plus ou moins de témérité – vers de nouveaux concepts, dits « extravertis ». Les degrés de perméabilité et de transparence sur l'environnement qu'ils acceptent, restant très variables.

Les plus « timides » peuvent ainsi se contenter de mettre en correspondance les mails (et leurs accès) avec les voies publiques, de créer des places assumant la transition entre domaines publics et privés, et de dévoiler quelques belles perspectives sur la ville...

Les plus audacieux quant à eux, n'hésitent plus à créer de véritables rues, ouvertes au ciel et aux intempéries avec des boutiques en façades répondant au statut traditionnel de commerces individuels. Des rues ainsi « rendues » au domaine public, même si elles sont viabilisées, « équipées » et animées par le promoteur de l'opération...





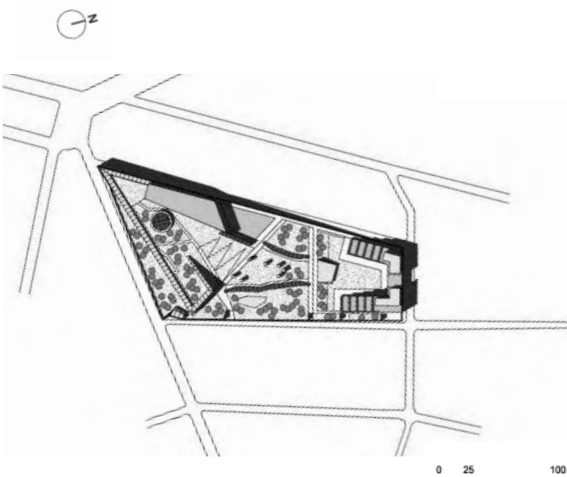
# Zooms -

Arcueil  
Argenteuil  
Bry-sur-Marne  
Dubai

Grenoble  
Liverpool  
Millau  
Quimper

Rimini  
Thiais  
Tunis  
Vichy





2007

## Arcueil - La Vache Noire Centre multifonctionnel

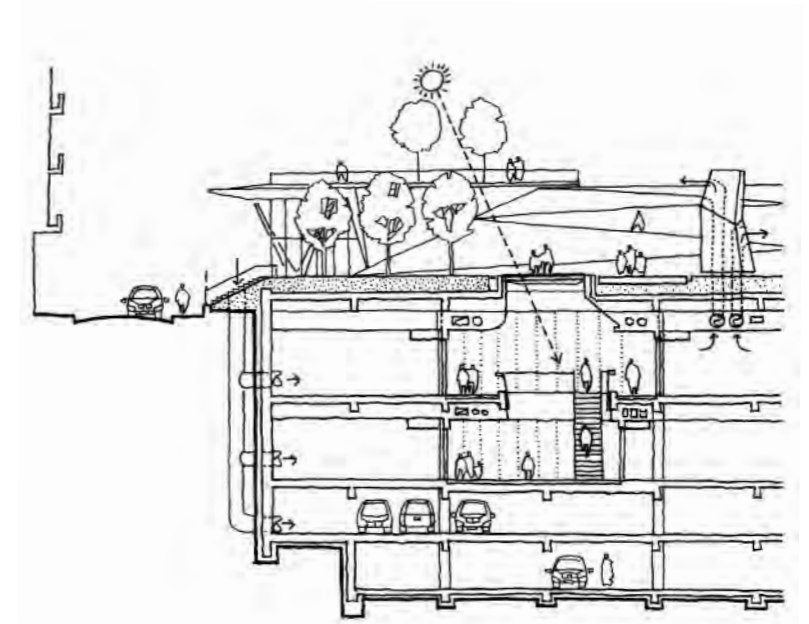
Emblème de la nouvelle génération de centres commerciaux, la Vache Noire, construit sur une ancienne friche urbaine, de cœur de ville, affiche haut et fort sa mixité, comme ses préoccupations urbaines et environnementales...

Si elle organise quelque 44 000 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales, elle leur associe outre le traditionnel parking un spectaculaire jardin public de 1,3 hectares – ouvert à tous les habitants du quartier – et 78 logements. Son entrée principale est annoncée depuis le carrefour urbain par la pointe de sa toiture en débord. Signal dans la ville, cette proue « manifeste » est une invitation à pénétrer les lieux, et à s'engager sur le promenoir latéral conduisant au jardin surélevé.

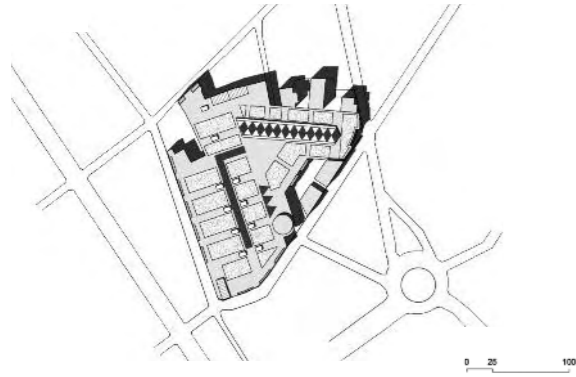


La Vache Noire développe trois niveaux de commerces dont le niveau bas est légèrement encaissé. Elle se pose sur trois niveaux de parking inscrits quant à eux sur la totalité de l'îlot. Sa proue nord dominée par un programme de logements de huit étages, s'ouvre sur une plaque de verdure qui se soulève à l'extrémité sud du site.

En contrefort du jardin, une opération de logements de huit étages, installe un jeu de terrasses ouvertes au sud, sur l'étendue verte. Si cette dernière, construite sur dalle, ne peut guère être valorisée par des plantations de hautes tiges, elle l'est par la délicatesse de ses tracés paysagers, par sa prairie fleurie rythmée par des pas-d'âne, et son deck en bois qui, se livre tel un belvédère perché à 15 m au-dessus du sol, comme un balcon sur la place et au-delà sur la ville. Elle l'est encore par les « sculptures déhanchées » (de 7,5 m de haut) qui semblent en jaillir et qui, tapissées, de plantes ou de verre sérigraphié, habillent les émergences de ventilation et de désenfumage des parkings.







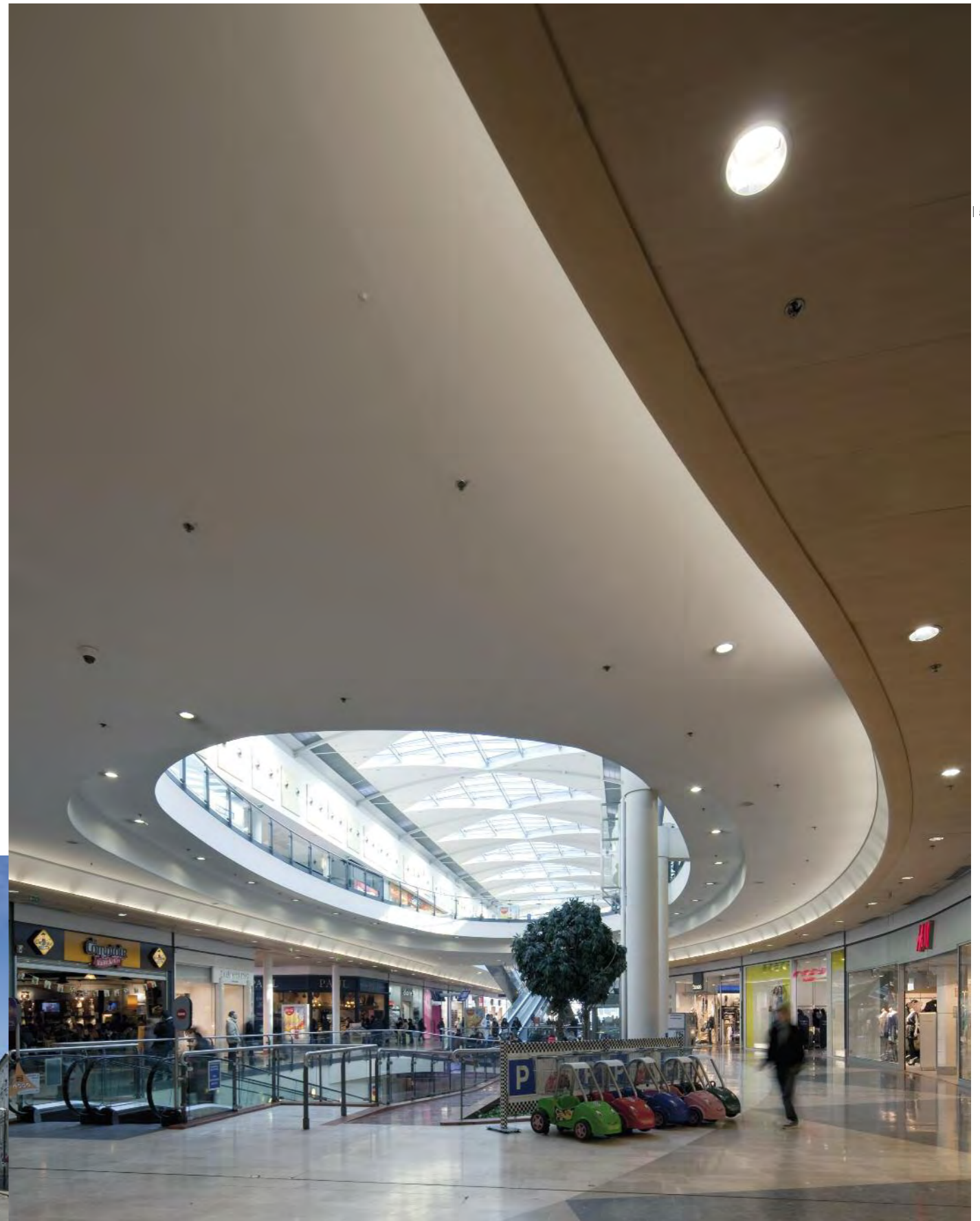
2002

# Argenteuil - Côté Seine

Centre commercial

Centre commercial en plein cœur de ville, « Côté Seine » se « cache » dans le tissu existant qui l'accueille. Les observateurs les plus attentifs sont mis au défi de découvrir, en longeant l'îlot investi, que quelque 50 000 m<sup>2</sup> de commerces s'y sont développés. C'est en toute discrétion et avec forte humilité que le bâtiment joue la carte de la fusion urbaine. Il n'y a guère que son accès principal, qui signale une façade de verre, qui se détache des typologies en présence.

Au cœur du complexe, l'identité « centre commercial » est en contrepartie clairement affichée, avec un mail principal (et traversant d'une extrémité à l'autre de l'îlot), une place centrale, vecteur d'animation, deux niveaux communiquant par une travée longue, une ample verrière garantissant en ce cœur d'îlot particulièrement dense, l'apport de lumière naturelle...



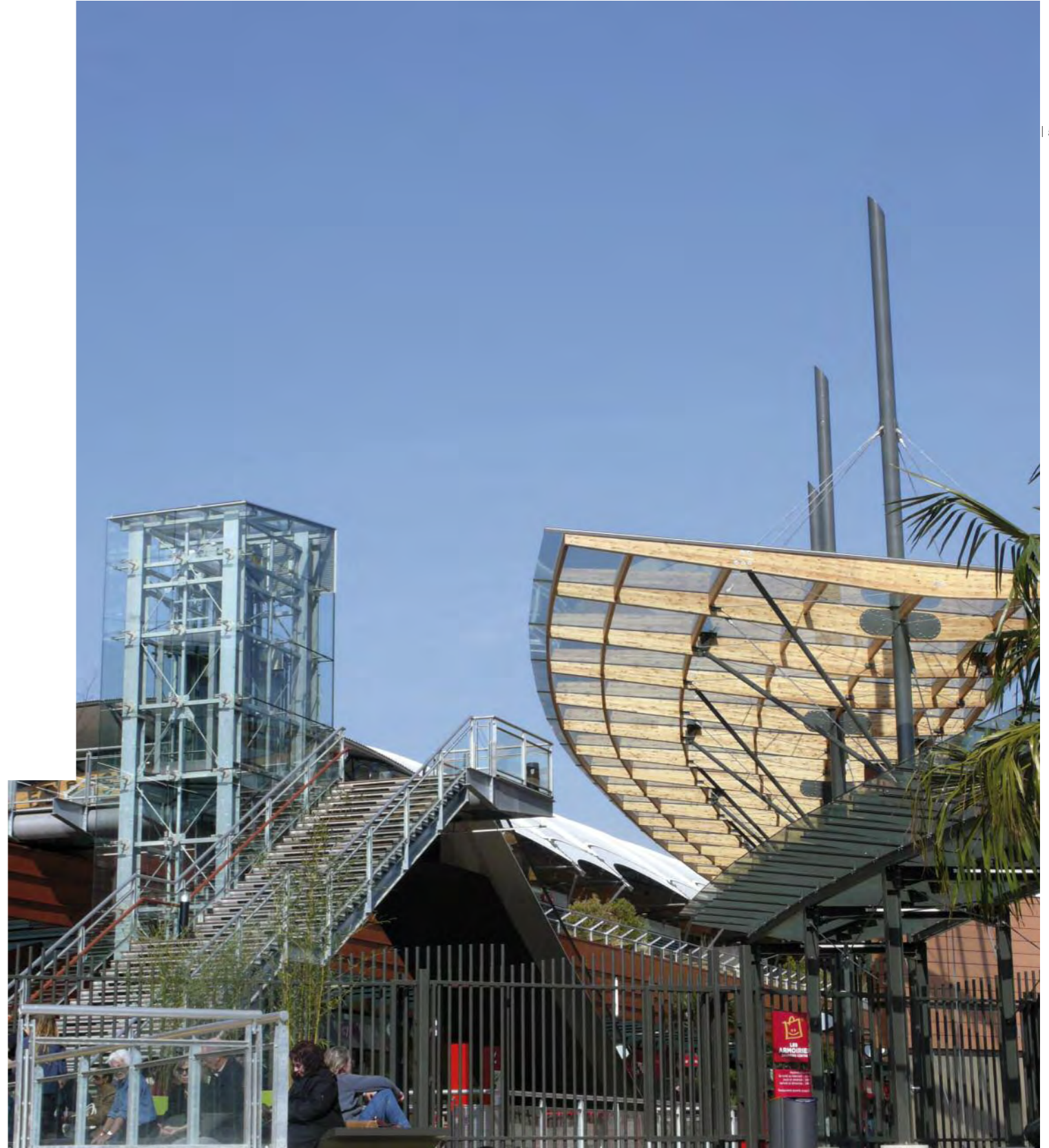
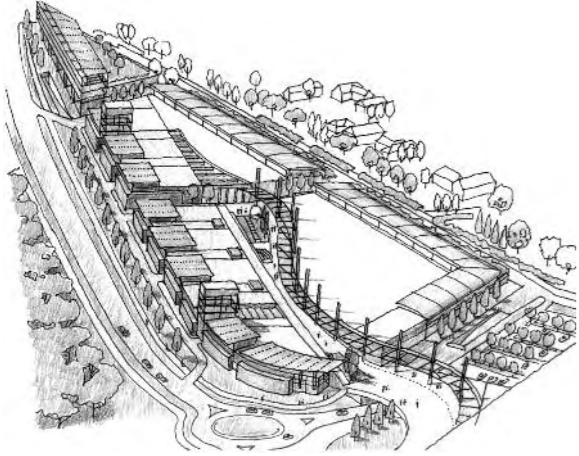
2010

# Bry-sur-Marne - Les Armoiries

Centre commercial

À la sortie de l'autoroute, et à l'entrée commune des villes de Bry-sur-Marne et de Villiers-sur-Marne, IKEA avait trouvé (depuis 1996) un site d'implantation de prédilection. L'enseigne est aujourd'hui confortée par l'installation d'une grande jardinerie et de deux autres bâtiments linéaires investis par de petites et moyennes boutiques. Pour distribuer cette nouvelle composition commerciale, une rue à ciel ouvert s'étire.

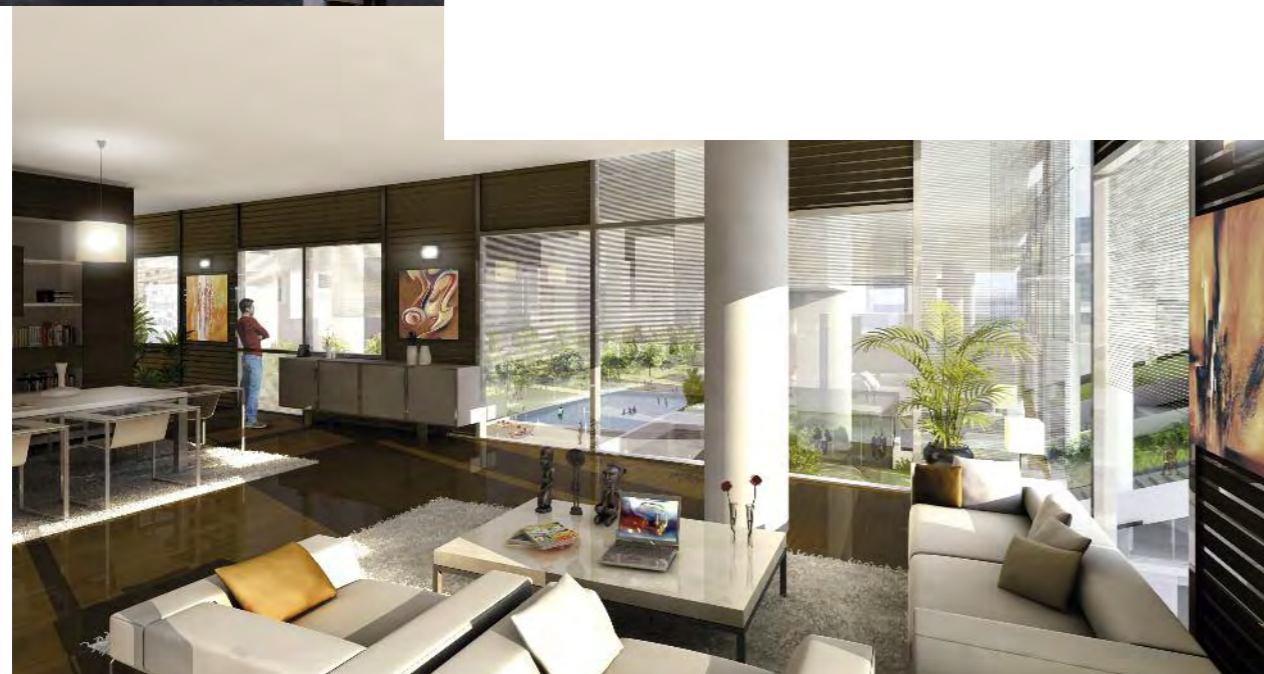
Une rue qui, si elle gère avantagement les sorties parkings souterrains, se livre surtout telle une promenade, exclusivement dédiée aux piétons, qui devient par le soin qui lui a été portée, un élément majeur d'architecture. Ici, une façade « sinueuse » s'oppose à une façade linéaire créant un espace variable et mouvant, comme sculpté dans la matière. Là un auvent monumental couvre partiellement la rue et conforte l'identité visuelle des lieux. D'autant plus que depuis l'autoroute, ses mâts / luminaires en bois et métal et sa fine structure d'acier, se laissent percevoir en vision cinématique.

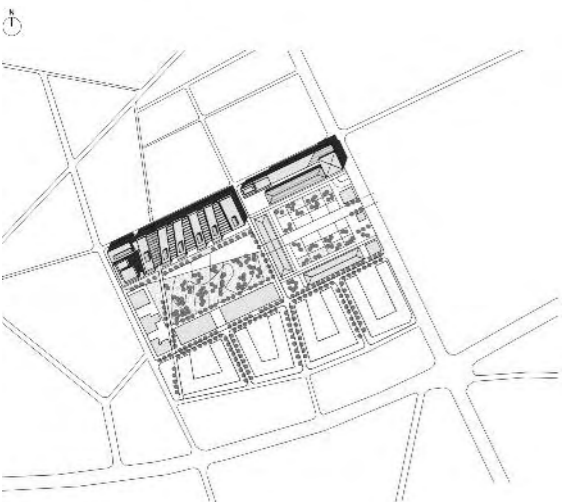


Étude 2009

## Dubaï - Jumeira Gardens Îlot multifonctionnel

Dubaï organise son nouveau centre-ville, d'après un *master plan* de très grande envergure alignant le long d'un parc, des blocs, organisés chacun sur le mode « îlots ouverts », et sur lesquels se hissent des tours de 20 à 40 niveaux... Des blocs dédiés ou mixtes. Le « Jumeira Gardens » est l'un de ses derniers, avec en son socle, sur deux niveaux un centre commercial et sur les quatre ou six niveaux supérieurs des bureaux et des logements. Quant aux trois tours qui en surgissent, elles sont exclusivement investies par des logements. Le bloc, ouvert donc, libère en son cœur un vaste jardin, dont le tracé (associé à un plan d'eau) rythme les parcours des piétons, les invitent à rejoindre non seulement les halls d'accès aux différents programmes mais également les boutiques qui doublent ici leur accès sur rue. Les bienfaits rafraîchissants de ce jardin sont confortés par l'installation d'un velum hissé au sommet du socle, au huitième étage, et d'une tour à vent qui permet de « forcer » la ventilation passive des lieux.





2010

# Grenoble - Caserne de Bonne Centre multifonctionnel

Grenoble s'est récemment attachée à conquérir ses friches militaires. Les terrains de la Caserne de Bonne, cédés en 1990, sont ainsi devenus le fer de lance de ses grands projets urbains « éco-responsables ».

Hier introverti et impénétrable, ce site de 8,5 hectares est aujourd'hui un quartier traversant et traversé, remarquable pour sa mixité : logements, parc urbain, équipements divers et une halle commerciale de cinq bâtiments aux affectations multiples. En sa proue est, au-dessus de trois niveaux de commerces, un ensemble de bureaux.

Dans l'aile nord de l'ancienne caserne, au rez-de-chaussée, des boutiques et un restaurant.

Face à celle-ci, un nouveau bâtiment de trois niveaux répartis en surfaces commerciales et tertiaires.

Et en sa proue ouest, une résidence étudiante. Le bâtiment de la halle conserve sur ses deux niveaux son statut commercial exclusif, mais en prolongeant son mail couvert au-delà de son emprise entre le bâtiment sur rue et l'aile nord de la caserne par une rue traditionnelle (ouverte au ciel), et en installant un réseau de failles transversales en son sein. Elle gagne en porosité et devient le lien « pluriel » entre le centre-ville et le parc.







2008

# Liverpool - Paradise One Grand Magasin Debenhams

Liverpool connut ses heures de gloire. Elle connut aussi sa déchéance, dans les années 70, avec la crise économique, la fermeture de ses usines...

Elle connaît aujourd'hui un souffle nouveau, porté par les ambitions politiques et économiques de Lord Heseltine.

Le quartier des docks profite de ce regain d'énergie pour prendre un nouveau départ.

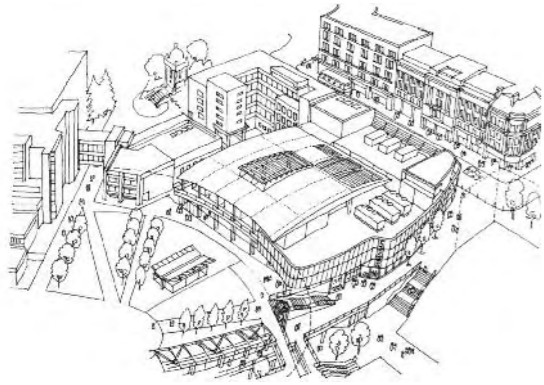
Un *master plan* le régénère, le remodèle pour relier entre eux de nouveaux équipements publics.

C'est dans ce contexte singulier que se développe « the paradise One », une grande artère commerciale.

Et c'est dans cette version urbaine de gigantesque centre commercial, que se dresse le célèbre Grand magasin « Debenhams ».

Dans Paradise One, où la brique s'impose comme le matériau de prédilection et d'homogénéisation du quartier commercial, le « Debenhams » se démarque.

Pour révéler sa position stratégique, et s'affirmer comme le lieu majeur de l'attractivité du quartier, le « Debenhams » livre une façade emblématique – une double peau de verre sinieuse dont les courbes et contre-courbes sont soulignées par l'alternance de verres opaques, translucides ou transparents.





Projet en cours d'étude

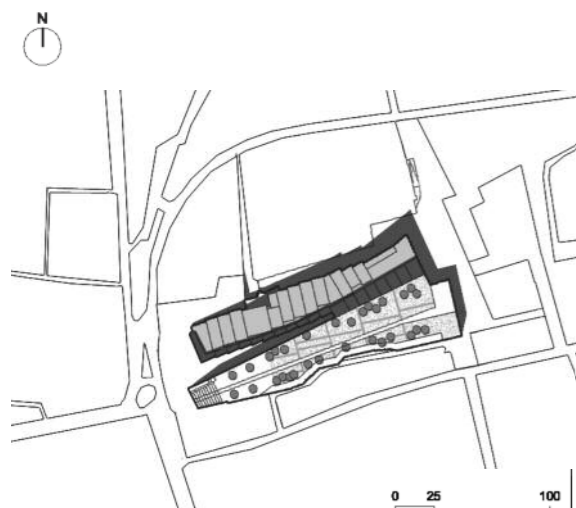
# Millau -

## La Capelle

### Centre multifonctionnel

C'est dans le prolongement de la grande rue commerçante de la ville que s'échappe l'axe structurant de ce centre multifonctionnel. Icône du renouvellement urbain organisé pour réveiller le quartier de l'industrie du gant, l'édifice se livre telle une grande plaque urbaine qui se soulève et se fend dans son axe longitudinal.

Depuis son accès « ville » et par les transparences qu'il privilégie, il focalise les regards sur le Puntcho d'Agaste. Depuis le jardin public qu'il associe à la cinquième façade, il invite le promeneur à découvrir le paysage millavois. Son architecture, en affirmant le dénivelé du terrain (de quelque 10 m) entre la place basse existante et la place haute créée, réussit par son inclinaison à gérer les différences de gabarits rencontrées à ses deux extrémités. Entre l'échelle des petits immeubles et des maisons de ville et celle des ateliers industriels, le lien est enfin assuré.





2011

# Quimper - Le Chapeau Rouge Îlot commercial

En cœur de ville, marqué par son parcellaire étroit, ses faibles gabarits, et son architecture de granit, il fallait faire preuve d'audace pour construire un centre commercial. Le défi fut cependant relevé avec ingéniosité et délicatesse.

Certes ici, point de grandes surfaces mais pour l'essentiel de petites boutiques, tout à la mesure de la ville. Chacune s'inscrivant dans une trame bâtie et ouvrant son accès sur la rue piétonne créée. Laquelle est soulignée par l'encorbellement des façades fabriquant une discrète protection contre les intempéries. Pour conforter l'expression du quartier, les maisons/boutiques de cet îlot commercial réinterprètent le principe constructif à pans de bois. Mais ici point de façadisme. L'image s'impose par sa modernité, avec des peaux de verre ou d'ardoises, avec des protections solaires en maille métallique.



2012

# Rimini - La Murri

Centre multifonctionnel

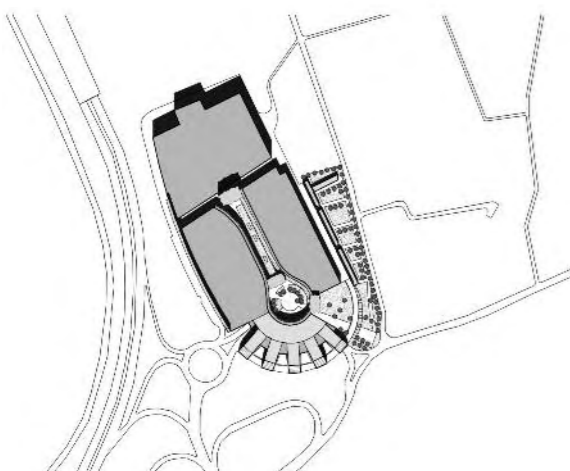
À dominante loisirs, « La Murri », du nom de l'établissement catholique qui hier occupait les bâtiments existants (et conservés), fabrique un front de mer nouvelle génération.

Les nouvelles surfaces commerciales se construisent pour l'essentiel au niveau -1. Ceci pour favoriser au niveau du sol de référence la création de cheminements transversaux et pour libérer depuis la ville, les vues sur la mer.

Mais pour ne pas handicaper cette halle discrètement enfouie, sa rue de desserte qui s'étire parallèlement à la plage, se livre non seulement d'une belle ampleur mais encore à ciel ouvert.

Côté mer, quelques guinguettes confortent le dispositif commercial. Au modeste gabarit et de construction légère marquée par un traitement en cuivre préoxydé, elles assument la transition entre le bâtiment historique plutôt massif et la plage. Elles sont longées au nord par un vaste deck que souligne un auvent/brise-soleil dont les fins poteaux structurels en faisant la nuit office de luminaires, transforment le lieu en balise nautique...





2007

## Thiais - Thiais village Centre commercial

Thiais village, construit en lieu et place de friches d'anciens jardins familiaux, se caractérise par son positionnement stratégique - en bordure de l'A86 et en limite d'un quartier pavillonnaire.

Il se démarque encore par l'ouverture à ciel ouvert de son mail commercial. Par une composition architecturale particulièrement douce aussi, avec des matériaux nobles comme le bois, la pierre et le verre, avec un soin apporté au mobilier urbain et au paysage...

Les enseignes ici sont multiples, mais un élément moteur domine - un magasin IKEA. S'il occupe le tiers de l'îlot commercial, il s'installe le plus discrètement possible, en proue nord du site. L'extrémité sud est quant à elle judicieusement occupée par un panel de restaurants, ouverts en terrasse. Terrasse qui assure par ailleurs à la rue commerciale, en initiant un cheminement tracé en restanques, une accessibilité piétonne depuis la ville. Au dos de la ligne de commerces (s'étirant à l'est du site) quelques locaux artisanaux s'installent. En contact direct avec le quartier pavillonnaire, ils modèlent et modèrent la façade sur ville.

Le magasin IKEA a accepté de « dématérialiser » sa façade arrière qui s'éclipse en effet derrière un bouclier, lequel s'étire en périphérie de site jusqu'à la ville. Mais tout au long de sa course, il se dédensifie progressivement jusqu'à disparaître.

Face au quartier pavillonnaire, c'est une façade « domestique » qui se développe et qui fractionne son échelle pour laisser pénétrer des cheminements traversants.



2005

# Tunis -

## Tunis City

### Centre commercial

Pour accompagner la première installation de l'enseigne Géant en Tunisie, le groupe Medis construit un centre commercial aux portes de Tunis. Son architecture fait référence aux Ksours tunisiens, lance ici ou là des clins d'œil aux souks arabes. Mais elle cherche aussi à faire oublier son ampleur en se décomposant avec un soubassement, un mur périphérique et un attique, et en soulignant ses abords par des vélums tendus qui ombragent les cheminements piétons conduisant aux différentes entrées. Lesquelles, d'apparence légères, souples, et blanches ne manquent pas d'évoquer les tentes du désert.



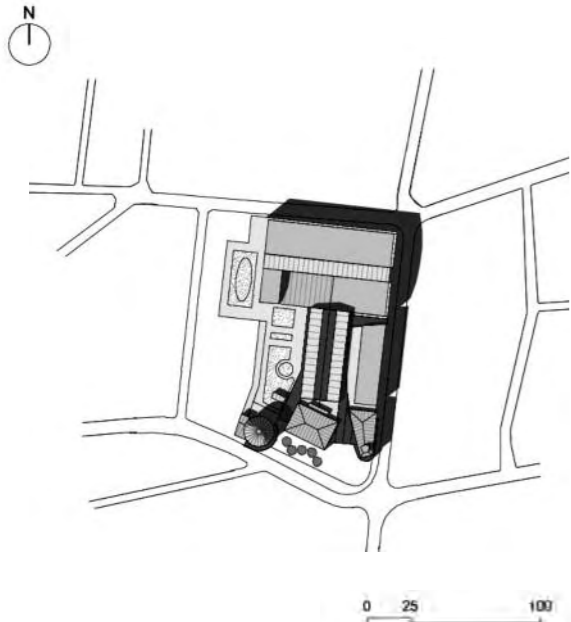


2002

## Vichy - Les 4 chemins Centre multifonctionnel

Inscrit sur les traces d'un ancien hôpital militaire en plein centre-ville, ce complexe associe nombre d'activités - des surfaces commerciales, des logements en accession, des bureaux, des cinémas, et même un casino... Mais, pour éviter l'effet de masse inhérent à cette densité de programme, il séquence les lieux en livrant des architectures variées et aux typologies de façades identitaires.

Et si le centre « des 4 chemins » a relevé le défi de la couture urbaine, il s'est également très vite imposé comme l'outil de prédilection de la dynamique commerciale vichyssoise. Un succès sans doute dû à l'agrément des parcours qu'il génère à l'extérieur, au droit de la place créée, le long des rues adjacentes, comme à l'intérieur de la halle, dans son mail «aérien» à la structure légère et à la fine verrière.





**Andorre**

**Santa Coloma**

Type d'ouvrage : centre commercial sur trois niveaux en entrée de ville  
 Maître d'ouvrage : Soderip  
 Mode d'attribution : commande directe  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 et Felix Vicente  
 Surface de commerces : 42 000 m<sup>2</sup>  
 Parking : 800 places  
 Coût des travaux : 78 M€ valeur 2008



**Arcueil**

**La Vache Noire**

Type d'ouvrage : construction neuve en lieu et place d'une ancienne friche urbaine en cœur de ville pour créer le centre multifonctionnel « La Vache Noire »  
 Maître d'ouvrage : Multi Développement, Eiffage construction  
 Mode d'attribution : commande directe (contrat conception-construction)  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 en collaboration avec T+T (architectes de Multi Développement)  
 Paysage : Agence Ter  
 Management du projet : Berim  
 Économie : Cabinet D.A.L.  
 Ingénierie structure : Arup, RFR  
 Ingénierie fluides/électricité : Barbanel, Abex, TBS  
 Surface de commerces : 44 000 m<sup>2</sup>  
 Livraison : 2007  
 Coût des travaux : 120 M€ HT valeur 2007



**Argenteuil**

**Côté Seine**

Type d'ouvrage : centre commercial et logements (110 appartements)  
 Maître d'ouvrage : Altarea France, Soddec  
 Mode d'attribution : commande directe  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire et Guérin Pedroza Architectes  
 Ingénierie structures : Berim  
 Ingénierie fluides : Serted  
 Économistes : Économie 95  
 Surface de commerces : 48 000 m<sup>2</sup>  
 Parking : 1 850 places  
 Date de livraison : 2002  
 Coût des travaux : 72 M€ valeur 2010



**Bry-sur-Marne**

**Les Armoiries**

Type d'ouvrage : centre commercial  
 Maître d'ouvrage : Interkèa France  
 Mode d'attribution : commande directe  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
 Direction des travaux : Cicad consultants  
 Économie : Talbot et Associées  
 Ingénierie structures : AB Conseils  
 Ingénierie structures toile : Techne  
 Ingénierie électricité : Abex  
 Ingénierie CVCD : TBS  
 Ingénierie VRD : EPDC  
 Surface de commerces : 21 000 m<sup>2</sup>  
 Parking : 985 places  
 Date de livraison : 2010  
 Coût des travaux : 45 M€ valeur 2010



**Calais**

**Les Quatre Boulevards**

Type d'ouvrage : centre commercial en centre-ville (35 commerces, 1 supermarché)  
 Maître d'ouvrage : Soddec, Sogeprom, Palm promotion  
 Mode d'attribution : concours promoteur-concepteur  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire et Isabelle Colas architecte  
 Structure verrière : BDP Londres  
 Ingénierie fluides, structure : Berim  
 Surface de commerces : 20 000 m<sup>2</sup>  
 Parking : 720 places  
 Date de livraison : 2006  
 Coût des travaux avec date de valeur : 23,4 M€ valeur 2006



**Douai**

**Le Barlet**

Type d'ouvrage : aménagement de la place publique du Barlet et construction d'un centre commercial  
 Maître d'ouvrage : ForumInvest France (centre commercial), ville de Douai (place publique du Barlet)  
 Mode d'attribution : commande directe  
 Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
 Surface de commerces : 22 000 m<sup>2</sup>  
 Parking : 935 places  
 Coût des travaux : 52 M€ valeur 2009



**Dubaï**

**Jumeira Gardens**

Type d'ouvrage : projet mixte (commerces, bureaux, logements)  
 Maître d'ouvrage : Meraas (EAU)

Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec BDP Londres  
Surface SHON : 78 000 m<sup>2</sup>  
Livraison : projet en cours d'étude



### Grenoble

#### Caserne de Bonne

Type d'ouvrage : requalification de l'ancienne caserne de Bonne à Grenoble, comprenant la construction d'un centre commercial multifonctionnel, d'une résidence étudiante (128 logements), de bureaux (3 400 m<sup>2</sup>) et d'un parking (355 places)  
Maître d'ouvrage : IGC Soderip  
Mode d'attribution : concours promoteur-concepteur  
Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
Ingénierie structure VRD : Betrec  
Ingénierie fluides : GECC-AICC  
Aménageur : Sem Sages  
Surface de commerces : 16 653 m<sup>2</sup>  
Parking : 355 places  
Date de livraison : 2010  
Coût des travaux : 55 M€ valeur 2010  
Prix national Écoquartier 2009



### Ivry-sur-Seine

#### Les Quais d'Ivry

Type d'ouvrage : extension du centre existant sur trois niveaux (en bordure de la Seine)  
Maître d'ouvrage : Groupe Trema  
Mode d'attribution : concours architectural  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec Coteba et Berim  
Surface de commerces : 58 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 1 350  
Date de livraison : 1998  
Coût des travaux : 92 M€ valeur 2010



### Limoges

#### Les Casseaux

Type d'ouvrage : hypermarché et centre commercial  
Maître d'ouvrage : Immobilier Groupe Casino dans le cadre des projets « Alcudia »  
Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'œuvre : Groupe-6, CVZ Ingénierie  
Surface de commerces : 16 100 m<sup>2</sup>  
Parking : 500 places  
Date de livraison : 2012  
Coût des travaux : 17,2 M€ valeur 2010



### Liverpool

#### Debenhams / Paradise One

Type d'ouvrage : grand magasin sur trois niveaux (partie du projet urbain Paradise Street)  
Maître d'ouvrage : Grosvenor Estates et Laing O'Rourke  
Mode d'attribution : concours architectural  
Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire - BDP Manchester  
Constructeur : Lang O'Rourke  
Surface de commerces : 28 000 m<sup>2</sup>  
Date de livraison : 2008  
Coût des travaux : 37 M€ valeur 2008



### Lyon

#### La Part-Dieu

Type d'ouvrage : restructuration du centre commercial La Part Dieu et de la façade d'entrée avenue Vivier-Merle  
Maître d'ouvrage : Unibail Rodamco, K.C.G. Paris (syndicat de copropriété du centre commercial Part-Dieu)

Mode d'attribution : concours d'architectes  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec BDP Londres  
Ingénierie Structure : SIDF  
Ingénierie fluides, électricité : Barbanel  
Surface : 18 000 m<sup>2</sup>  
Date de livraison : 2001  
Coût des travaux avec date de valeur : 22,8 M€ valeur 2001



### Millau

#### La Chapelle

Type d'ouvrage : centre commercial en centre-ville composé de 45 commerces et restaurants, 1 supermarché, 1 jardin public sur le bâtiment et 1 parking  
Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'ouvrage : Soderip (IGC services)  
Maître d'œuvre : Groupe-6  
Partenaires : CVZ Ingénierie  
Surface de commerces : 18 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 550 places  
Coût des travaux : 33 M€ valeur 2009



### Orly

#### Cœur d'Orly

Type d'ouvrage : projet mixte (commerce, bureaux, résidence dans un grand projet urbain au nord de l'aéroport d'Orly)  
Maître d'ouvrage : Altarea Cogedim, Foncière des Régions  
Mode d'attribution : concours promoteur-concepteur  
Maître d'œuvre : Groupe-6 (commerces), BDP (bureaux), Sauerbruch et Hutton (bureaux)  
Masterplan : Wilmotte, ADP  
Surface de commerces : 22 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 1600  
Date de livraison : projet en cours d'étude  
Coût des travaux : 40 M€ valeur 2010



### Quimper

#### La Chapeau Rouge

Type d'ouvrage : nouvelle rue commerçante en centre historique « Ilot Chapeau Rouge »  
Maître d'ouvrage : Soderip  
Mode d'attribution : concours promoteur-architecte  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec Girec  
Ingénierie structure : BA Conception  
Ingénierie fluides : BSI, Fluelec  
Surface de commerces : 5 500 m<sup>2</sup>  
Date de livraison : 2010  
Coût des travaux : 7 M€ valeur 2010



### Rimini

#### La Murri

Type d'ouvrage : centre commercial  
Maître d'ouvrage : Altarea Italie avec Valdadige  
Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
Ingénierie : Valdadige  
Surface de commerces : 18 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 400 places  
Date de livraison : 2012  
Coût des travaux : 32 M€ valeur 2010



### Thiais

#### Thiais Village

Type d'ouvrage : centre commercial à l'air libre avec magasin IKEA, en entrée de ville depuis l'A 86  
Maître d'ouvrage : Altarea France  
Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
Ingénierie : Serted, Cetba  
Paysage : BDP  
Économiste : Économie 95  
Surface de commerces : 44 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 2400 places  
Date de livraison : 2007  
Coût des travaux : 66 M€ valeur 2007



### Tunis

#### Tunis City

Type d'ouvrage : centre commercial neuf avec hypermarché Géant, M.S., boutiques, Foodcourt et loisir  
Maître d'ouvrage : Médis, Groupe Mabrouk  
Mode d'attribution : commande directe  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec Slim Ben Nessib architecte  
Surface de commerces : 51 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 3000 places  
Date de livraison : 2006



### Tunis

#### Tunis Sud

Type d'ouvrage : centre commercial avec hypermarché, galerie marchante, retail park  
Maître d'ouvrage : Médis, Groupe Mabrouk  
Maître d'œuvre : Groupe-6 avec Slim Ben Nessib architecte  
Mode d'attribution : Commande directe  
Surface de commerces : 42 400 m<sup>2</sup>  
Parking : 2 000 places



### Vichy

#### Les 4 chemins

Type d'ouvrage : centre multifonctionnel (centre commercial, bureaux, logements, multiplexe, casino) en centre-ville sur une ancienne friche militaire  
Maîtres d'ouvrage : Multi Développement  
Mode d'attribution : concours promoteur-architecte  
Maître d'œuvre : Groupe-6 mandataire  
Économie : Groupe-6  
Ingénierie structure : SIDF  
Ingénierie fluides : Serted  
Ingénierie électricité : Ceat  
Surface SHON : 23 000 m<sup>2</sup>  
Parking : 480 places  
Date de livraison : 2002/2004  
Coût des travaux : 21,5 M€ valeur 2002



Portrait -  
d'agence Company -  
Portrait



# Committed -

Groupe-6 is an agency open to all fields of architectural creation. Its teams offer clients, contractors and builders a comprehensive range of services, and an approach to creation based on the values of respect and shared responsibility.

## A COMPREHENSIVE APPROACH

### Expertise in several fields

The expertise that Groupe-6 boasts today covers a large range of projects enabling it to design all architectural solutions adapted to the needs of the city, the redevelopment of urban fridges and preserving local identity.

Groupe-6 is one of the leading architectural agencies in France, with some 200 partners from 15 different countries. On the strength of its 19 associates, the agency has skills in a host of fields, including architecture and interior architecture, landscaping, urban design, economics, worksite management, and communication consultancy.

### A varied portfolio

Based on a variety of experiences and skills, the agency features a special kind of savoir-faire. They work in specific sectors of activity, such as healthcare architecture, new technologies and research, redevelopment of historical sites for cultural or business use, housing, sports facilities, educational facilities, service-oriented buildings, as well as leisure and cultural facilities.

Their collective portfolio of work, proven and sought-after by many, includes more than a hundred noteworthy works in France (mainland and overseas territories) and Europe.

### Rising to complex challenges

Based on this vast experience, and the varied skills of its teams, Groupe-6 has taken on in all types of urban challenges, from the design of housing, to shopping centres, office buildings, as well as cultural and technological facilities. With such a diverse range of projects, from its very foundation the agency has undertaken work in highly complex areas such as healthcare facilities, and has extended its expertise to the design of buildings for the fields of science, research and high technology.

From the Vache Noire shopping centre in Arcueil to the Arras hospital, the Bonne urban zone (Grenoble) in Argenteuil,

the Biomedical Research Centre in Strasbourg, the redevelopment of the Lyon shopping centre La Part Dieu, the Minatec (Grenoble), and the scientific research units of the of National Police Force in Pontoise, all the projects carried out by Groupe-6 are highly complex undertakings which are transformed into a clear contemporary and adapted architectural language.

### Open to the world

A deal signed in the early 1990s with Building Design Partnership (BDP) further strengthened the agency's international expertise.

The leading agency in the UK with more than a thousand architects and engineers, its network of thirteen agencies located throughout Europe, the Middle East and in India, BDP is specialised in all types of often large-scale projects. The key to cooperation between the two partners is their multidisciplinary approach. Together, their strengths place them among the top ten architectural agencies of their kind in the world.

In the field of Health, Groupe-6 has, among others, won the following tenders: the extension/restructuring of the University Hospitals of Leicester in the United Kingdom, under the Private Finance Initiative process; the design of the Monteggia (Neurology) wing of the Milan Polyclinic and the restructuring of the Rome Polyclinic in Italy; the "Children's Hospital of the Future" in Kiev, Ukraine.

Together with the award received for the "Espoo Senior Citizen Centre" in Helsinki, these programmes demonstrate the firm's ability to work with multicultural teams and to create a strong architectural identity.

Working together in the area of healthcare, BDP and Groupe-6 designed an entity, BDPgroupe6 to develop this expertise on the European market and the MOA.

## STABLE GOVERNANCE

Groupe-6 values its capital of experience and as such has provided stable governance in its principles over time, which functions on a joint-management basis.

### Joint management

Groupe-6 associates are brought together within a "college". This sets out the firm's strategy and objectives and appoints, for a renewable three-year mandate, a management team responsible for implementing its overall policy.

# Engagée -

Groupe-6 est une agence ouverte à tous les domaines de la création architecturale. Ses équipes proposent aux clients, maîtres d'ouvrage, constructeurs, une offre de service globale, une approche sensible de la création portée par des valeurs de respect et de coresponsabilité.

## UNE DÉMARCHE GLOBALE

### Une expertise pluridisciplinaire

L'expertise de Groupe-6 couvre aujourd'hui un large spectre de projets qui lui permet de concevoir l'ensemble des solutions architecturales adaptées aux besoins de la cité, à la requalification des zones périurbaines et à la préservation de l'identité des territoires.

Une des premières agences d'architecture en France, Groupe-6 regroupe 200 collaborateurs issus de 15 nationalités. Forte de 19 associés, l'agence intègre des compétences pluridisciplinaires, d'architectes et architectes d'intérieur, de paysagistes, d'urbanistes, d'économistes, de direction de chantier, de conseils en communication.

### Une œuvre plurielle

Nourrie d'expériences et de compétences diverses, l'agence propose des savoir-faire complémentaires. Ils répondent à des secteurs d'activité spécifiques comme l'architecture de la santé, des nouvelles technologies et de la recherche, la réhabilitation d'espaces historiques à usage culturel ou commercial, le logement, les équipements sportifs, l'enseignement, les bâtiments tertiaires, de loisir ou culturels.

Cette œuvre, collective, assumée et revendiquée, s'appuie sur plus de 100 réalisations remarquables, en France métropolitaine, outre-mer et en Europe.

### Une complexité maîtrisée

Forte d'une œuvre plurielle, étayée par la plurivalence de ses équipes, Groupe-6 a investi toutes les problématiques urbaines, mariant les apports croisés de la conception de logements, de centres commerciaux, de locaux tertiaires, d'espaces culturels ou technologiques. Confrontée depuis sa création à cette diversité, l'agence a su répondre à la complexité des programmes dédiés à la santé, et étendre son expertise à l'architecture des établissements scientifiques, de recherche et de haute technologie.

Du centre commercial de la Vache Noire d'Arcueil au Centre hospitalier régional d'Arras, de la Zac de Bonne (Grenoble) à Argenteuil, du Centre de recherche de biomédecine de Strasbourg à la restructuration du Centre commercial Lyon La Part-Dieu, de Minatec (Grenoble) aux unités de recherche scientifique de la gendarmerie et de la police nationale à Pontoise, les réalisations de Groupe-6 ont pour signature une complexité traduite dans un langage architectural lisible, contemporain et multi-identitaire.

### Une ouverture internationale

Conclu au début des années 1990, le partenariat avec l'agence Building Design Partnership (BDP) a confirmé la dimension internationale des savoir-faire de l'agence.

Première agence britannique avec plus de 1000 architectes et ingénieurs, son réseau de 13 agences implantées en Europe, au Moyen Orient et en Inde, BDP s'est spécialisée dans les projets de toute nature, souvent à grande échelle. Pluridisciplinarité et transversalité sont les principes collaboratifs des deux partenaires. La conjonction de leurs forces les place parmi les dix premières agences d'architecture au monde dans ce domaine.

En synergie dans le domaine de la santé, BDP et Groupe-6 ont conçu une entité, « bdpgroupe6 » pour développer cette expertise à l'international.

## UNE GOUVERNANCE STABLE

Groupe-6 valorise son capital d'expériences par une gouvernance historiquement stable dans ses principes, collégiale dans son fonctionnement.

### Collégiale

Les associés de Groupe-6 sont rassemblés au sein d'un « collège ». Celui-ci définit la stratégie et les objectifs de l'agence et désigne pour un mandat de trois ans renouvelable une équipe de direction chargée de mettre en œuvre sa politique générale.

Le collège se renouvelle au fil du temps. Cooptés par leurs pairs, les nouveaux associés doivent avoir montré des capacités à diriger des projets ou à assurer des responsabilités dans les fonctions stratégiques de l'agence. Ce statut implique une entière adhésion aux valeurs de Groupe-6.

College membership is renewed over time.

Co-opted by their peers, new associates must have demonstrated the ability to lead projects or to take on responsibilities in the firm's strategic functions.

This status involves total compliance with Groupe-6 values.

#### **Certification**

Working on large-scale projects, Groupe-6 has a mode of organisation and operation that meets the managerial needs of a company with such international scope.

Its skills in all its architectural fields are based on integrated operational support, divided into various units.

The agency also calls on external partners, including technical study firms that meet international norms, experts in acoustics and in lighting, as well as landscape designers.

The methods it employs and its expertise are recognised by ISO 9001 Quality Certification.

#### **Creative and responsive**

The associates and partners of Groupe-6 take part in a number of study trips and conferences in Europe and around the world. This informative and sharing activity provides for formal and technical creativity needed for the wealth of their architectural output.

Creative and responsive, Groupe-6 is valued by its partners for its highly precise skills which help it form functional and innovative proposals in a short amount of time.

#### **AN ACTIVE CITIZEN**

The business of architecture is based on generosity, and has forged a spirit of sharing, mutual respect and customer service. Passed on from generation to generation of associates, this model makes Groupe-6 the only major architectural agency in France founded, and to this day, still based on a model of equality.

#### **Attentiveness and dialogue**

At Groupe-6, listening to the client is what underlies its strength as a special contact person. The agency offers impartial constructive and prospective dialogue. It offers openness, awareness and competence, which the agency has cultivated over time.

#### **Solidarity and synergy**

Having opted since its foundation to pass on its knowledge to the younger generation in a workshop-style environment, a third generation of architects are now providing the agency with the equilibrium between passed-on expertise and formal expression open to new ideas.

Partner support, promoting initiatives, encouraging dialogue and communication among teams, and contributing to the results... demonstrate the firm's particular attention to respecting and enhancing its teams within the collective working framework.

#### **Responsibility and commitment**

Invested with economic, social and environmental responsibilities, owing to the very nature of its activity, the agency is involved in several assignments of interest to the general public. These include, for instance, teaching at the National School of Architecture in Grenoble and Rennes, and under the direction of the French Hospital Investment Support Department (MAINH), developing a guide to hospital design. Various partners have opted for significant associative commitment, such as their involvement in Architects sans Frontières, Architects and Contractors, and the board of directors of French Architects Overseas (AFEX).

As a responsible citizen, Groupe-6 is particularly attentive to quality, contextual integration, and the ecological footprint of their production. Sustainable architectural solutions are a priority for Groupe-6. Striving to adapt all creation to its human environment preserves and develops the social links it is designed to serve.

Its ethics, creativity and social responsibility all model the agency's thoughts and skills, which remain open to contemporary issues, resulting in architecture of highly collective intelligence.

This was illustrated by the discernment by the Ministry of Ecology, Energy and Sustainable Development, of the Ecoquartier Label 2009 for the Bonne urban development project in Grenoble, for which Groupe-6 was one of the main artisans in redeveloping and redesigning the former barracks.

#### **Certifiée**

Engagée dans des programmes à grande échelle, Groupe-6 s'est dotée d'une organisation et d'un fonctionnement répondant aux exigences managériales d'une entreprise d'envergure internationale.

Ses compétences, dans toutes les expressions architecturales, sont épaulées par des fonctions intégrées de soutien opérationnel et de support, constituées en pôles. L'agence recourt, autant que nécessaire, à des partenaires extérieurs : bureaux d'études techniques rompus aux normes internationales, acousticiens, éclairagistes, paysagistes...

L'ensemble de ses méthodes et savoir-faire est reconnu par la délivrance de la Certification Qualité ISO 9001.

#### **Créative et réactive**

Associés et collaborateurs de Groupe-6 participent à de nombreux voyages d'études et colloques en Europe et dans le monde. Cette activité d'information et d'échange, nourrit une créativité formelle et technique indispensable à la richesse de leur écriture architecturale.

Créative et réactive, Groupe-6 est appréciée par ses partenaires pour ses compétences très précises qui aident à la formulation rapide de propositions fonctionnelles et formelles innovantes.

#### **UNE CITOYENNETÉ ACTIVE**

Actes généreux en soi, les métiers d'architecte et d'urbaniste ont forgé un esprit de partage, de respect mutuel, d'œuvre au service du client. Perpétué par les générations successives d'associés, ce modèle fait de Groupe-6 la seule grande agence d'architecture, en France, à s'être construite et à demeurer sur un modèle d'association égalitaire.

#### **Écoute et dialogue**

Chez Groupe-6, l'écoute du client le situe d'emblée au rang d'interlocuteur privilégié. L'agence lui propose un dialogue sans parti pris, constructif et prospectif. Elle offre ouverture d'esprit, sensibilités et compétences complémentaires, vertus que l'agence cultive depuis toujours.

#### **Solidarité et synergies**

Ayant fait le choix depuis sa création de transmettre aux plus jeunes les acquis des plus anciens selon « un esprit d'atelier », une troisième génération d'architectes assure à l'agence

le juste équilibre entre une expertise transmise et comprise et une expression formelle ouverte aux sensibilités nouvelles.

L'accompagnement des collaborateurs, la promotion des initiatives, l'encouragement au dialogue et à la communication entre équipes, la participation aux résultats... démontrent l'attention toute particulière de l'agence au respect et à la valorisation de ses équipes dans le cadre de la collectivité de travail.

#### **Responsabilité et engagement**

Investie, par la nature même de son activité, de responsabilités économiques, sociales et environnementales, l'agence participe à de nombreuses missions d'intérêt général. À titre d'exemple, des activités d'enseignement à l'École nationale d'architecture de Grenoble et de Rennes, la participation à la conception, sous l'autorité de la Mission nationale d'appui à l'investissement hospitalier (MAINH), d'un guide d'aide au dimensionnement des hôpitaux...

De nombreux collaborateurs ont choisi un engagement associatif « signifiant », comme la participation à « Architectes sans frontières », « Architecture et maîtres d'ouvrages », au conseil d'administration de l'AFEX (Architectes français à l'export)...

Agence citoyenne et responsable, Groupe-6 est particulièrement attentive à la qualité, à l'intégration contextuelle et à l'empreinte écologique de ses réalisations. Elle accorde sa priorité à des solutions architecturales durables. La recherche de l'adaptation de toute création à son environnement humain construit, préserve ou développe le lien social au service duquel elle se destine.

Éthique, créativité, responsabilité sociale... modèlent des pensées et des compétences très ouvertes aux problématiques contemporaines, une architecture à l'intelligence très collective.

La délivrance par le ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer du label Écoquartier 2009 de la ZAC de Bonne à Grenoble, dont Groupe-6 est un des principaux artisans pour la requalification/conception de « la caserne », en est une des illustrations.

**Groupe-6**  
Architectes associés / Architects Partners



**Denis Bouvier**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Antoine Buisseret**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Geneviève Carini**  
Architecte - associée  
Architect - Partner

**Didier Deschamps**  
Économiste - associé  
Quantity Surveyor - Partner

**Alain Eyraud**  
Architecte - associé  
Directeur général  
Architect - Partner  
Chief Executive

**Candide Félix-Faure**  
Architecte - associée  
Architect - Partner

**Nicolas Félix-Faure**  
Architecte - associé  
Directeur général délégué  
Architect - Partner  
Executive Director

**Pierre Franchino**  
Architecte - associé  
Département travaux  
Architect - Partner  
Site Management

**Bruno Hallé**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Alan Hennessy**  
Architecte-urbaniste - associé  
Président  
Architect-Urban Planner  
Partner - Chairman



**Franck Lavigne**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Xavier Minard**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Alain Mollaret**  
Ingénieur - associé  
Département économie  
Engineer - Partner  
Quantity Surveyor

**Yves Pervier**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Nathalie Pierre**  
Architecte - associée  
Architect - Partner

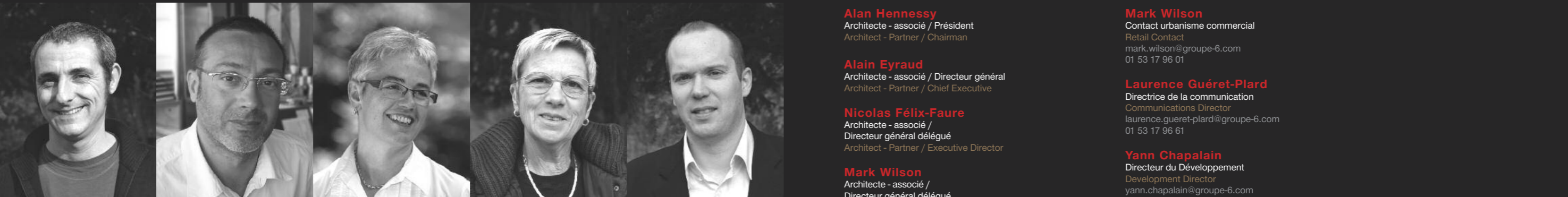
**Michel Rafin**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Norbet Sanchis**  
Architecte - associé  
Architect - Partner

**Rémy Vieillard**  
Secrétaire général - associé  
Financial Adviser - Partner

**Mark Wilson**  
Architecte - associé  
Directeur général délégué  
Architect - Partner  
Executive Director

**Partenaires / Associates**



**Thierry Bernardoux**  
Architecte - partenaire  
Architect - Associate

**Bruno Duchet**  
Architecte - partenaire  
Architect - Associate

**Maeve Naessens**  
Architecte - partenaire  
Architect - Associate

**Monique Perret**  
Responsable comptabilité-gestion  
partenaire  
Account Department Manager  
Associate

**Laurent Perret**  
Urbaniste - partenaire  
Urban Planner - Associate

**Direction / Executive Board**

**Alan Hennessy**  
Architecte - associé / Président  
Architect - Partner / Chairman

**Alain Eyraud**  
Architecte - associé / Directeur général  
Architect - Partner / Chief Executive

**Nicolas Félix-Faure**  
Architecte - associé /  
Directeur général délégué  
Architect - Partner / Executive Director

**Mark Wilson**  
Architecte - associé /  
Directeur général délégué  
Architect - Partner / Executive Director

**Contacts**

**Mark Wilson**  
Contact urbanisme commercial  
Retail Contact  
mark.wilson@groupe-6.com  
01 53 17 96 01

**Laurence Guéret-Plard**  
Directrice de la communication  
Communications Director  
laurence.gueret-plard@groupe-6.com  
01 53 17 96 61

**Yann Chapalain**  
Directeur du Développement  
Development Director  
yann.chapalain@groupe-6.com  
04 38 21 03 08

## Projets Groupe-6 / Cartographie urbanisme commercial

- Réalisations
- Études

## Maîtres d'ouvrage / 1990-2010

### Urbanisme Commercial

- Altarea
- Altarea Cogedim
- AM Développement
- Apsys
- Bouygues Immobilier
- Eiffage Immobilier
- Forum Invest
- Grosvenor Estates
- Groupe Trema
- Hammerson
- IICG (Inter IKEA Center Group)
- IKEA
- Immobilière Casino
- Lang O'Rourke
- LVMH
- Medis
- Meraas
- Nexity
- PALM Promotion – Nacarat
- Ségécé
- Soddec
- Soderip
- Sogeprom
- Unibail - Rodamco

### Villes, collectivités locales

- Ville de Bourgoin Jallieu
- Ville de Chaumont
- Ville de Cluses
- Ville de Grenoble
- EPAD La Défense
- Ville de La Seyne-sur-Mer
- Ville de Meylan
- Ville de Voiron
- Ville de l'Alpe d'Huez

### Santé publique

- Aix-en-Provence / Centre hospitalier
- Annemasse-Bonneville / Centre hospitalier Intercommunal
- Arcachon / GCS Pôle de Santé
- Arras / Centre hospitalier
- Clermont-Ferrand / Centre hospitalier Universitaire
- Dijon / Centre hospitalier universitaire
- Évry/Corbeil-Essonnes / Centre hospitalier
- Fréjus / Centre hospitalier intercommunal
- Gordes / Hôpital local
- Kiev (Ukraine) / Ukrain 3000 Foundation
- Limoges / Centre hospitalier universitaire
- Roanne / Centre hospitalier
- Rome (Italie) / Policlinico
- Saint-Nazaire / GCS « Cité Sanitaire Nazairienne »
- Valenciennes / GCS du Sant'Hainaut
- Vesoul / Centre hospitalier intercommunal Haute-Saône

### Santé privée

- Dieulefit / Association Dieulefit Santé
- Évian / Mgen, Centre de soins de suite et de rééducation
- Saint-Martin-d'Hères / Fondation métallurgique et minière pour la santé, Centre de rééducation de Rocheplane

### Autres

- Aéroport Lyon-Saint-Exupéry
- Alstom
- Applied Materials
- Area
- Arnould
- Biorga
- Caisse d'Épargne
- Cap Sogeti
- CEA
- Cern
- Conseil général de l'Isère
- Conseil régional Franche-Comté
- Cpm Hauts-de-Seine
- Crédit Lyonnais
- EDF
- Faure Ingénierie
- Fff
- Ga Toulouse
- Hotel Prayer
- Inpg Grenoble
- Logirel
- Maison des avocats de Grenoble
- Ministère de la Défense
- Musée de Grenoble
- Opac 38
- Opac 69
- Petzl
- Pluralis Voiron
- Plurimmo
- Schneider
- Secours Catholique
- Soitec
- Société Nationale du Rhône
- Société Dauphinoise de l'Habitat
- Teisseire
- Tornier
- Université des Sciences Sociales (Saint-Martin-d'Hères)
- Université de Strasbourg



## Groupe-6 / 1990-2010

Ralph Abdeljaïll • Idit Adler • **Pemine Alexandre** • **Katayoun Amid** • Elisabeth Ankri • Gérard Aroles • Frédéric Audevard • **Julie Aveline** • Klaudija Ayraud • Tanaz-Sarah Bahadori • Lucie Ballini • **David Barvillet** • Silvia Baratto • **Pierre Barbotte** • Anna Barkhoudarian • Valentine Baroin • Stéphane Baron • **Philippe Battesti** • Sandrine Beaucourt • Hugues Beaudouin • Claudine Beauvois • **Mathilde Bedu** • **Catherine Behr** • Boubakeur Belala • **Sandrine Bellanger** • Jean-Louis Beltran • **Moïse Benainous** • **Davide Benato** • Catherine Benoit • Myriam Bercovici • Stéphane Berger • Diégo Bermudez • **Thierry Bernardoux** • **Adrien Bertrand** • Louis Besson • **Sandra Beurrier** • **Eva Judith Binder** • **Philippe Biot** • Emilie Biston • **Lucille Bock** • Florence Boiffin • **Jules Bois** • Florence Bongni • **Catherine Bonnier** • **Hélène Bottarel** • **Monique Boujard** • Sabrina Bourquia • Souad Boutin • **Denis Bouvier** • Gérard Briol • **Véra Broez** • **Michèle Brossier** • Sylvain Bru • Meïke Bruns • Adriana Buhaj • **Antoine Buisseret** • Hélène Buisseret • **Jocelyne Buisson** • **Florian Bumichon** • Jean-Christophe Caillaud • **Raphaël Camacho** • **René Canale** • **Geneviève Carini** • **Olivia Carneiro** • **Salvatore Carvelli** • **Jean Cataix** • **Julien Cataldo** • Angela Cavalli • Fayçal Chadli • **Denis Chaix** • **Pascal Chancelade** • **Yann Chapalain** • Virginie Chardin • Jean-Luc Charpentier • **Martine Chatelard** • **Juliette Chauvel** • Claire Chauvois • Dominique Chebbah • **Chafik Cheghnane** • Yasmine Chehade • **Emmanuel Cheillan** • Smaïne Chekri • Chahinez Chekri • Samuel Chembah • Wei Chen • Hristo Chinkov • Hassen Chouchane • Benoît Clavieras • Harold Colomba • **Elisabetta Conte** • **Yves-Henri Comefert** • **Pascal Corsi** • **Oriando Corso** • **Éric Coulliez** • **Céline Gourcoux** • **Serge Gachet** • **Cybèle Da Costa** • Marie-Anne Daganaud • Jérôme Dalle • **Rosalía Damiani** • **Myriam Dana** • **Fabien de Lapparent** • Marie de Roquemaurel • Nicolas Debicki • Bruno Deckert • Mourad Delbeze • Emilie Depond • Laurent Derkenne • **Didier Deschamps** • Elza Dia • Alix Dinnequin • Sophie Dirand • **Jovénil Dos Reis** • Pierre Doucerain • **Nolwenn Dreano** • **Bruno Duchet** • **Julien Duclos** • **Laurent Ducongé** • Jean-Vincent Ducrocq • **Yvette Ducros** • **Christel Dudragne** • Thomas Dupont • Aziza Dupont • **Vincent Dupont** • **Sandrine Dupraz** • **Jean-Denis Dupuy**

• **Agnès Dupuy** • **Christophe Duven** • **Anne-Sophie Eymery** • **Géraldine Eynard** • **Alain Eyraud** • **Caroline Faivre** • **David Favard** • **Adrien Félix-Faure** • Bernard Félix-Faure • **Candide Félix-Faure** • **Nicolas Félix-Faure** • **Olivier Félix-Faure** • Lys Ferran • **Daniela Fieffe** • Alice Flavigny • Keith Fletcher • **Sabine Fontana** • **Gilles Forest** • **Christine Forrer** • Laurence Fort • **Martine Forte** • Nicolas Forthoffer • Jean-Baptiste Fortin • **Gaëlle Foucault** • **Alexandre Franc** • **Pierre Franchino** • **Laurent Gagnière** • Claire Gaillard • Ludovic Gaillard de Saint-Germain • Patrick Gaire • Roman Gala • **Alain Galaup** • **Maria-Noël Garcia** • **Alicia Garcia Herranz** • **Lilyan Garnier** • Serge Gascon • **Laurent Gathion** • **Damien Gaudin** • **Clément Gauthier** • Alberto Gennaro • Corinne Gerard • **Géraldine Gerin** • Fadel Edinne Ghennam • Anne-Laure Gimenez • Delphine Giraud • **Pascal Grillet** • Wilfried Guelle • **Laurence Gueret-Plard** • **Christine Guillas** • **Loïc Guillaud** • **Sabine Guillaud** • **Henri Guillaud-Beauregard** • Bernadette Guivarch • **Bruno Hallé** • Nathalie Hallé • Patrice Harbach • Lynda Harris • **Aziz Hassouni** • **Pierre Hejtmank** • Holly Helfrich-Maillard • Philippe Helin • **Alan Hennessy** • **Christine Hennuy** • Irina Herbrecht • Laurent Hervé • **Anne Hildebrand** • Matthew Holmes • Thomas Huchet • Klemens Hundertmark • **Enrico Ingala** • **Annick Isnard** • **Noémie Jacquet** • Christine Jaouen • Christine-Anne Jaubert • William Johnson • **François Jourdanet** • **Serge Journot** • **Anna Kachitsina** • Maciej Kasprzycki • **Annie Kechichian** • Chantal Khelifi • Rhona Kilgour • **Anastasia Kritikou** • **Gianni La Cognata** • Régine Lafata • **Nathalie Lakomy** • **Caroline Lambert** • Anne Lamiable • François Laugier • **Catherine Lauvray** • **Franck Lavigne** • **Amandine Lazareff** • Pauline Lazareff • Patrick Le Bail • **Gaëlle Le Gemble** • **Marie Le Guellec** • **Isabelle Le Meur** • **Ellina Le Moigne** • Martha Leblanc • Patrice Lechevretel • **Guillaume Ledieu** • **Colin Lefèvre** • Jean-Pierre Legrand • Claire Lejeune • Sara Lepage • Hervé Lesueur • Natacha Levasseur • **Nadine Lizotte** • Vivien Lotte • Julien Magnat • **Philippe Maillard** • **Ketty Maître** • Mattia Malanca • **Claire Mallassi** • Isabelle Mambenda • Marc Maquin • Yann Marchais • **Alain Marchal** • Andrea Marcovici-Latreille • **Olga Maretheu** • Emanuïl Markov • Sylviane Martinet • Judith Martinez Gutierrez •

**Sandrine Masson** • Marc Mazeres • **Áine McMenamin** • Lucia Mercier • François Merinis • **Marie Mevel** • **Fanny Meyer-Bonfils** • Romain Mignot • **Eleonora Milano** • **Xavier Minart** • Maud Minault-Schreiner • **Romain Mirabeau** • **Alain Mollaret** • **Eliane Monon** • **Pascale Montoya** • | **95** Anne-Marie Morvant • Jan Munzinger • **Maeve Naessens** • David Naudon • **Cornélia Negulescu** • **Loïc Nekomouche** • Bernard Nigita • **Inès Noblin** • Philippe Nolet • Philippe Normier • **Muriel Nourrisson** • **Romain Obry** • **Sandra Olandese** • **Giovanni Orsi** • **Vincent Orthlieb** • **Céline Ouedraogo** • Yves Pasquet • **Pierre-Olivier Peccoz** • Roland Peeters • **Laure Perdigon** • Hervé Perez • Sébastien Perez • **Laurent Perret** • **Monique Perret** • **Sabrina Perret** • Frédéric Perroud • **Yves Pervier** • **Anne Pesse** • **Luis Pestana** • Véronique Petit • **Sandrine Pieck** • **Nathalie Pierre** • Richard Pigeau • Jean-Marc Pigeon • Lisbeth Pigeon • **Tomas Pina** • **Vivien Pillot** • **Vincent Platel** • **Rodica Plugaru** • David Pochat • **Nathalie Poirret** • Michèle Portier • Michel Potié • **Massoud Pourhassan** • Dagmar Prasilova • Sandrine Pressiat • Samuel Proton • Robert Pupat • Matthieu Raffard • **Michel Rafin** • **María José Ramos Nomdedeu** • Magali Rangorath • Evangélie Remy • Marie-Aude Rey • **Sandrine Rey** • **Julien Richard** • **Jacques Richaud** • **Loïc Rion** • Pierre Roncin • Wieslawa Rudy • **Ariane Rupp** • **Suzanne Ryg** • Jean Salvi • Emmanuel Samson • Jean-François Samson • **Norbert Sanchis** • Julie Sarrelangue • **Nataly Savinas** • Pierre Scheibling • **Ramdane Serbouh** • **Laurent Sevali Garcia** • Grégor Sinclair • **Nadezda Smirnova** • **Samuel Soeur** • Samuel Sourice • Hélène Staffolani • **Marie-Anne Steinhaus** • **Sylvie Stoesel** • **Anthony Suard** • **Yves Tallfer** • Thibault Tatin • Lucy Taussig • Corinne Thibaut • **Valérie Thierry** • **Bruno Thirion** • **Antonio Torres** • **Céline Tosti** • Benoît Touvier • **Nicolas Tricard** • **Silvina Triemstra** • Valérie Trouillard • Guy Turin • Claire Uhlemann Ular • **Régine Urru** • Ana Vacas Mata • Matthieu Vanelstlande • Delphine Velay • **María-Térésa Viecco** • **Rémy Vieillard** • **Alexandre Vincent-Beaume** • Juliette Virmont-Burgers • **Bernhard Von Oppeln** • **Mark Wilson** • Peingwende Yameogo • Bruny Yang You Fu • **Véronique Zamant** •



## groupe-6

### Paris

94, avenue Ledru-Rollin  
75011 Paris  
Tél: + 33 (0)1 53 17 96 00

### Grenoble siège social

98, cours de la Libération - BP 2536  
38035 Grenoble cedex 2  
Tél: + 33 (0)4 76 96 45 90

[www.groupe-6.com](http://www.groupe-6.com)