

LE MONITEUR ARCHITECTURE

N° 138 NOVEMBRE 2003

amc

on de lycée à Saverne.
que Coulon architecte.
Jean-Marie Monthiers.

M 02754 - 138 - F: 19,00 €



ACTUALITES MAISON DES ETUDIANTS A CHICAGO

CENTRE SOCIO-CULTUREL DE LA RATP A PARIS

EXTENSION DE LYCEE A SAVERNE

MAISON DE VACANCES A SAINT-CYR-SUR-MER

REHABILITATION D'UNE PLACE EN SUEDE

REFERENCE LOGEMENTS DE L'ATELIER DE MONTROUGE

INTERIEUR TROIS BIBLIOTHEQUES DANS L'ANCIEN

DETAILS FORMES COMPLEXES

MATERIAUTHEQUE LE BOIS EXTERIEUR

INFORMATIQUE LOGICIEL D'ESQUISSE 3D

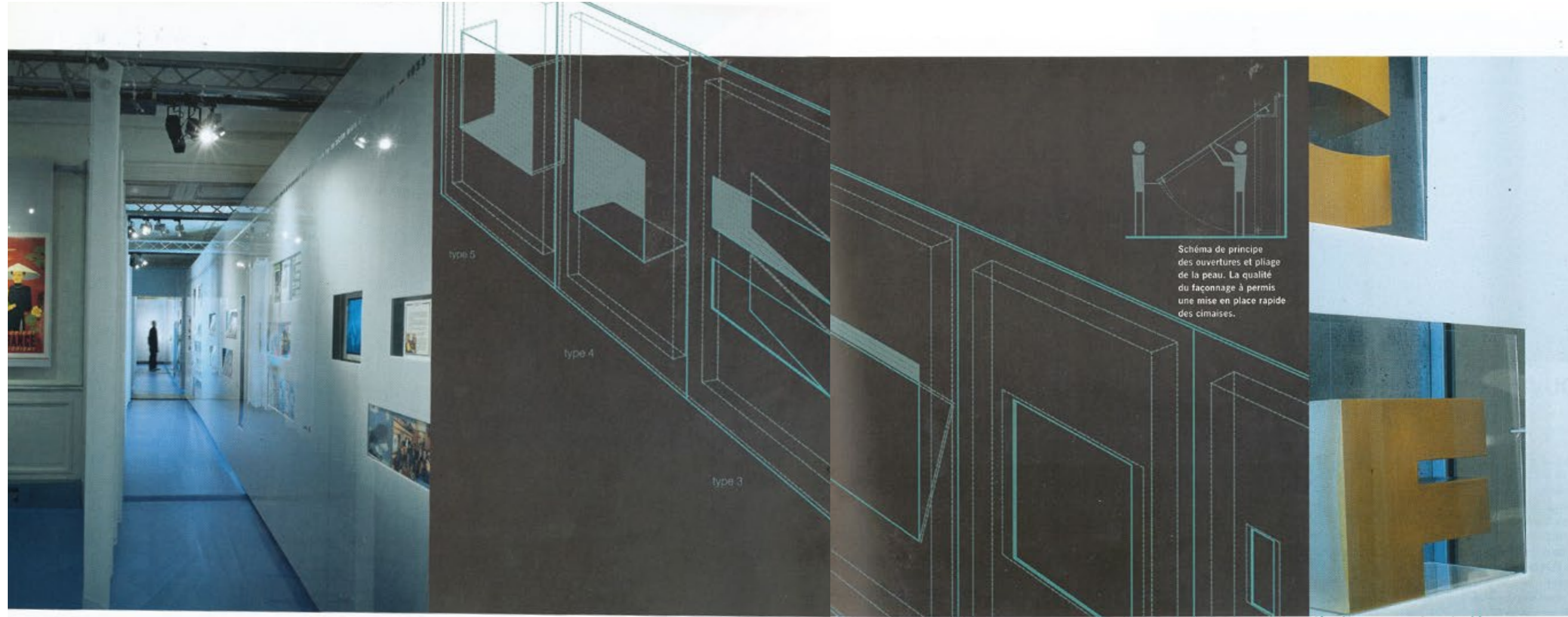


Schéma de principe des ouvertures et pliage de la peau. La qualité du façonnage a permis une mise en place rapide des cimaises.

AIR FRANCE AU MUSÉE DE LA PUBLICITÉ

UNE LICE DE POLYCARBONATE BLANC ACCUEILLE AFFICHES ET OBJETS

Pour célébrer les soixante-dix ans d'Air France, la scénographie devait transformer l'espace d'exposition sans pour autant modifier le système d'accrochage et le principe de superposition mis en place par Jean Nouvel lors de la réhabilitation du musée en l'an 2000.

Le système de porte-affiches en acier galvanisé fixé aux murs a été utilisé comme structure porteuse, tel le squelette d'une nouvelle peau lisse, blanche, aseptisée. Venir s'accrocher à l'existant a permis de se concentrer principalement sur la nouvelle surface. Telle une carlingue d'avion, cette «peau» enveloppe entièrement le périmètre des six salles d'exposition. Elle est perforée pour des pliages, devenant supports de présentation d'objets et dégageant des vues vers les murs bruts du musée. L'ensemble est unifié et le plan décalé d'une demi-travée amplifie la rupture avec l'existant. En effet, les murs de refend se retrouvent être les axes centraux des nouvelles salles délimitées par de longs voiles translucides. Appelés «cabines», ces espaces regroupent des ensembles d'objets, des affiches et des vidéos sur un même thème, comme l'architecture des agences d'Air France montrée cabine E. «La carlingue», déployée sur soixante-dix mètres linéaires, présente dans l'ordre chronologique les différentes campagnes de communication d'Air France ainsi qu'une partie de la production graphique (signalétique) et plastique (mobilier, plateau-repas). L'intervention scénographique a été l'occasion pour Projectiles, une équipe de jeunes architectes associés à un poète, d'utiliser plusieurs médias pour parfaire une ambiance voulue aérée. Une installation vidéo à l'entrée de l'exposition transforme l'espace habituellement affecté au bar en une salle de projection grand écran, et des

poèmes sonores composés des slogans de la compagnie aérienne sont diffusés dans la rue centrale. Le visiteur pourra aussi lire ces slogans rassemblés sur une frise qui cerle la carlingue.

«Faire du ciel le plus bel endroit de la terre» est le dernier message diffusé par Air France. Les architectes ont manifesté la même intention en faisant entrer le ciel dans le musée.

Carine Merlino

« On air 1933-2003 »

Exposition du 16 octobre 2003 au 25 janvier 2004.

Union centrale des Arts décoratifs

Musée de la publicité, Paris 1^{er}.

MAÎTRISE D'ŒUVRE : Projectiles (Réza Azard, Michaël Batalla, Eric Stephany), scénographie. Commissaire de l'exposition : Amélie Gastaud. Graphiste : Gérard Plénacoste. COMMANDITAIRE : Air France. MAÎTRISE D'OUVRAGE : UCAD (Union centrale des Arts décoratifs). Directrice des Musées (UCAD) : Béatrice Salmon. Responsable de l'exposition : Dominique Pallut.

SURFACE : 500 m².
COÛT : 65 000 euros.
ENTREPRISES : Ex nihilo, serrurerie ; Sud Textile, textile (fourniture et pose) ; SR Plast, transformateur de matières plastiques ; Bonano, sol ; Alfred Communication, découpe adhésifs ; Sipalabo, tirage jet d'encre.
PRODUITS : peau thermoformable de faible densité, sol Tapiflex, Tarket Sommer.



Une installation vidéo à l'entrée de l'exposition transforme l'espace habituellement affecté au bar en une salle de projection grand écran.