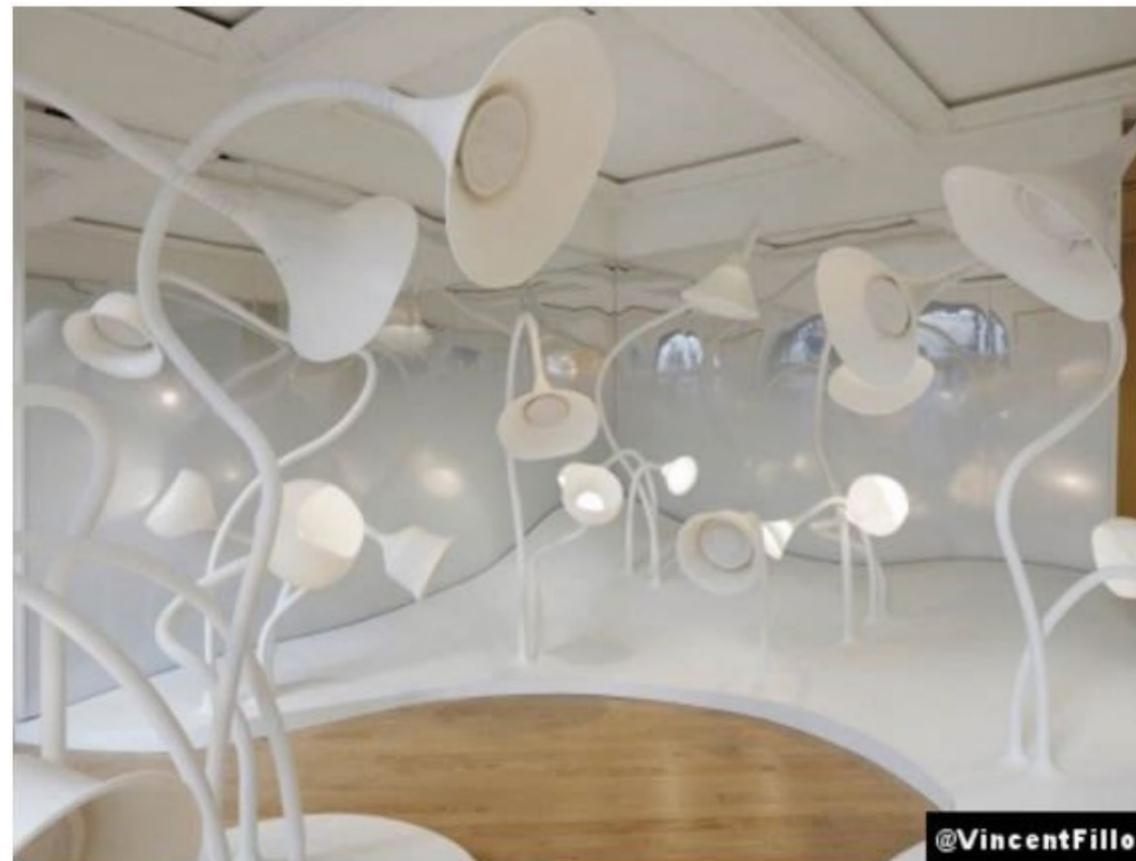


ARCHITECTES TYPOLOGIES MATÉRIAUX POINTS DE VUE



Visite | Projectiles, un doux parfum d'architecture (22-02-2017)

La vie réserve parfois un étrange sens de l'absurde et le carnet de commandes d'une agence d'architecture peut s'avérer être le plus délirant cadavre exquis. De Paris à Dallas, du musée du parfum à celui des... cow girls, Projectiles officie avec la plus belle élégance. Exemple, rue du Faubourg-Saint-Honoré.

Culture | Bâtiments Publics | 75008 | Atelier Projectiles

L'architecture est un art tangible. Certains se sont évertués à la rendre sensible... sensuelle... sensorielle...

La beauté d'un béton, la douceur d'une pierre, le craquellement d'un parquet, l'odeur d'une essence de bois... tout y parvient ! Quant au goût, à moins d'être Hansel et Gretel, dévorer une brique reste encore un exercice périlleux pour canines et molaires.

Quoi qu'il en soit, il fallait pour Projectiles concevoir un musée du parfum. Un investisseur privé, il y a quelques années, a convié l'agence à imaginer un projet théorique. *«Jamais nous n'avions travaillé sur ce genre de thème. Nous avons compris qu'il existait déjà des musées sur la parfumerie, présentant généralement des métiers sinon une production. Il s'agissait, cette fois-ci, d'imaginer autre chose. Nous devons davantage penser un 'musée des sens'»,* affirme Reza Azard, cofondateur de l'agence.



Le programme était simple. A peine quelques pages résumaient une organisation tripartite des lieux : trois parties donc, l'une historique, l'autre sensorielle et enfin la dernière dédiée à la parfumerie. La commande se montrait la plus inspirante. *«Nous avons rêvé de dispositifs»,* répète l'architecte à l'envi.



Alors qu'aucune adresse n'était alors pressentie pour cette nouvelle institution, les premières propositions s'accommodaient d'espaces imaginaires, notamment d'une *«enfilade de pièces»*. *«Nous avons alors une manière*

schématique de travailler le projet à partir de mots devant incarner une association entre couleur et odeur. Nous voulions considérer des polarités et des passages», explique-t-il.

«Jardin», «fleur», «flagrance», «racine», sont, pour ce faire, autant de termes utilisés. Toutefois, que pourrait bien être la scénographie d'un musée du parfum ? La question invite même à revenir sur les principes de l'agence. *«Nous ne devons pas ici concevoir un décor. La décoration a un aspect gratuit inapproprié. Nous devons ici, bien plus, convoquer des émotions mais aussi des sens. Autrement dit, le décor se faisait trop figuratif. Nous préférons en conséquence parler de paysage»,* assure Reza Azard.

«Nous avons évoqué des figures végétales, nous voulions quelque chose d'organique liant image et son. Puis, nous avons abandonné cette idée car le visuel prenait le pas sur le reste», se souvient-il. De recherches en tâtonnements, il fallait pour rendre visible l'invisible imaginer *«une mécanique»*. Plus trivialement encore, des *«appareils»* à partir de produits existants.

Des *«diffuseurs»* devaient tenir le plus grand rôle. *«La difficulté tenait dans la maîtrise de l'ensemble pour éviter la confusion des odeurs»,* poursuit-il. Toutefois, le projet est encore théorique mais les images, en s'affinant, appelaient à la création d'éléments aux allures de fantasques trompes.



L'adresse une fois trouvée, VIII^e arrondissement, rue du Faubourg Saint-Honoré, dans un hôtel particulier, conduit à repenser toutes ces propositions ; le luxe de la page blanche se frottait désormais aux contraintes d'un immeuble promis, un temps, à une brutale transformation en bureaux et dont le chantier engagé quelques années plus tôt s'était brutalement arrêté. Il fallait donc composer, au cœur du Triangle d'Or, avec un vandalisme somme toute banal et redonner au lieu toutes ses qualités.

Qui traverse aujourd'hui le musée, ne peut s'imaginer qu'il n'y avait rien ou presque à cet endroit sinon les seules façades. Tout le reste – notamment des 'fresques' de Christian Lacroix dont la maison de couture avait occupé l'adresse – avait été sauvagement détruit. «*Nous voulions ramener la notion d'hôtel particulier et offrir à ces lieux une dimension domestique*», précise l'architecte.



Il fallait également concevoir un «*symbole du monde du luxe*». Des «*coquetteries*» ont été, en ce sens, imaginées : des moulures, des staffs, des boiseries, un parquet à 45°...le tout «*comme à Versailles*», sourit l'architecte.

Reza Azard s'amuse de cette référence puisque l'agence y a réalisé les nouveaux aménagements de la Galerie de l'Histoire selon des codes similaires déclinés et légèrement perturbés dans un jeu volumétrique d'extrusions et d'excroissances pour lui donner plus de contemporanéité.

Il en découle des espaces fluides, particulièrement raffinés. Bien des dispositifs qui auraient pu très facilement basculer dans le gadget ludique deviennent des éléments empreints de poésie. Cet équilibre s'est vu complété par d'autres interventions, notamment un «*orgue à parfum*» de Jason Bruges ou encore une signalétique du Studio des Signes.

L'ensemble particulièrement élégant amène désormais tout un chacun à découvrir prochainement les deux étonnants projets de Projectiles à savoir les musées du bétail et de la cow-girl au fin fond du Texas, à Fort Worth, à proximité du Kimbell museum de Louis Kahn, du Amon Carter Museum de Philip Johnson et du Modern Art Museum de Tadao Ando : «*un enjeu créatif*» qui invite à être mis au parfum !

Jean-Philippe Hugron