



Les objets font l'architecture

Concepteurs
Ciel Rouge Création,
H. Gueydan et F. Kaneko

Jusqu'en 1996, Shu Uemura, créateur japonais de produits cosmétiques haut de gamme, ne disposait que de boutiques classiques, en noir et blanc. Sa rencontre avec Ciel Rouge Création a tout changé. De leur collaboration a résulté un concept d'espace coloré et joyeux, basé sur l'idée de liberté et d'amusement. Henry Gueydan et Fumiko Kaneko procédent à l'inverse de ce qui se fait d'habitude : après analyse du programme, ils ne dessinent pas l'espace mais les objets idéaux qui répondront aux fonctions de-

mandées. "Dans notre démarche, c'est la combinaison des objets qui fait l'architecture et non l'espace qui détermine les objets, explique Henri Gueydan. J'essaie de trouver la "mécanique" qui comme l'écriture, harmonise les mouvements horizontaux et verticaux des objets". A Tokyo, Osaka et Fukuoka, comme ce sera le cas de celles réalisées aux USA ou en Europe, les boutiques Shu Uemura témoignent de l'évolutivité de la marque qui sait s'adapter à chaque situation tout en conservant sa spécificité.

Boutique Venus Fort Tokyo

Ce magasin de 600 m² avec son atelier de fabrication illustre parfaitement le concept Shu Uemura dans sa forme la plus aboutie : l'idée forte est que le monde des cosmétiques est synonyme de liberté et de créativité. S'amuser y est l'objectif premier : essayer de nouveaux maquillages, s'inventer ou se ré-inventer un look et même se créer, rien que pour soi. Un rouge à lèvres ou un fond de teint qui sera aussitôt fabriqué sur mesures et dé-



Salon de manucure à Osaka

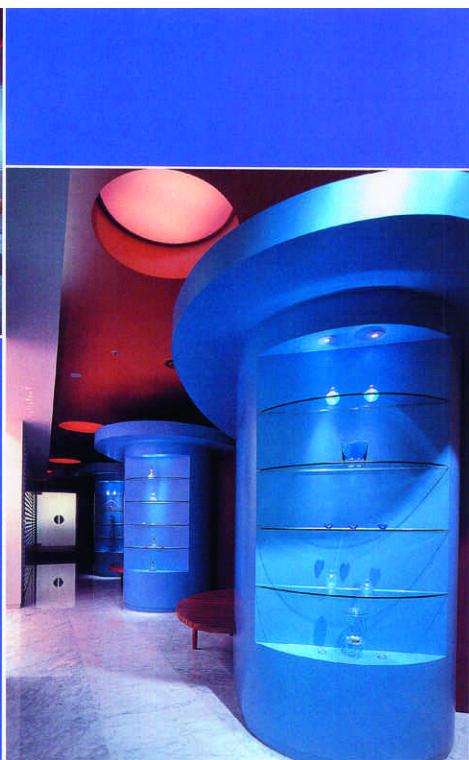


est en un temps record par les manucures qui opèrent en direct derrière la vitre. Ces îlots thématiques rose vif réalisés en Toptone (équivalent japonais à Corian) sont répartis dans l'espace. Au centre de ces îlots de produits, rouges à lèvres, parfums, verres et crèmes, des consultants prodigent leurs conseils éclairés à des clientes ravies. Les comptoirs mettent en scène les produits qu'ils mettent en scène. Leur forme, comme de grosses virgules tracées au coup de pinceaux de maquillage,

évoquent les courbes du visage. Pour doser les couleurs, les architectes ont opté pour un environnement entièrement blanc (sol, murs et plafond) sur le fond duquel viennent se placer les meubles très colorés : étagères, comptoirs et tabourets créent des espaces et du mouvement. Si de hautes lampes cylindriques se dressent sur les comptoirs, l'éclairage provient essentiellement du plafond, de bandes lumineuses parallèles qui redescendent au fond des étagères de verre.



Salon de soins de Fukuoka



Salon de manucure à Osaka
Étroit, long et transparent, il est situé au deuxième étage d'un grand magasin donnant sur une place piétonne. Ciel rouge Création en a fait une vitrine où s'expose une série d'ongles géants de couleurs vives, ornés de découpes variées. Comme dans Alice au pays des Merveilles, on se promène dans une étrange forêt où les arbres sont des lampes contournées et des ongles. Ces derniers de 3,50 mètres de haut assument les fonctions de présentoirs, "bars" de soins, comptoirs et partitions translucides.

Salon de soins de Fukuoka
" Ici l'espace est sensuel, chaleureux et organique", commente Henri Gueydan : avant le bien-être procuré par le soin et le massage, il y a le bien-être conditionné par l'environnement". Ce qui explique son idée de donner à l'architecture un relief "idéal" et des couleurs apaisantes et rafraîchissantes mais aussi dynamisantes. Également l'idée de l'éclairer de manière appropriée, au moyen de grands halos au plafond pour qu'elle ne soit ni diffusée ni concentrée.

Comme le local de 320 m² était profond et relativement étroit, il a fallu dessiner un couloir pour accéder aux espaces de soins successifs (cabine de soins, bains, sauna, salle de massage etc) dont chacun est produit dans une ambiance spécifique : soin du corps dans deux pièces fermées attenantes à une salle de bains. Massage thaïlandais au sol dans trois tentes de toile ovoïdes, derrière les clairevoies de la grande salle. Soin du visage dans des cabines bleues de forme oblongue, trois présentoirs qui

scandent la perspective du couloir. Enfin au fond, fermé de verre dépoli un spa de marbre blanc et sa variété de pratiques hydrothérapeutiques (jacuzzi, sauna, aromathérapie, affusions).

Boutique de Fukuoka
Cette boutique de 170 m², bleue et sol au plafond, est conçue comme une grande "excavation" dans l'épaisseur de laquelle ont été taillées deux "excavations" secondaires, l'une orange pour l'atelier d'aires, l'autre mauve pour la consultation



Boutique de Fukuoka



Si, comme le dit Henri Gueydan, "les masses de couleurs qui composent l'espace sont des sources vives de matières cosmétiques", le lieu lui-même est très transparent, ouvert et accueillant comme une place. Les produits sont répartis le long des murs, en périphérie. Disposés sur des étagères de verre et éclairés à la verticale, ils semblent flotter en apesanteur dans l'espace coloré.

"Usine-musée" à Muroto
Installée à la pointe sud de l'île de

Shikoku, dans la préfecture de Kochi, cette usine fabrique des cosmétiques d'exception, à base d'eau de mer recueillie à très grande profondeur (Despeawater). Au Japon, l'appellation "musée" est liée à l'ouverture au public. Les visiteurs, en suivant un parcours pédagogique, viennent s'informer sur les produits, les essayer et en acheter. Les différentes activités du bâtiment s'affichent dès l'entrée : fabrication, recherche, analyse, exposition des produits sur un grand escalier lumineux. Tout est réparti avec logique,



"Usine-musée" à Muroto

du rez-de-chaussée au troisième étage, point de rencontre et de relaxation entre mer et forêt. Le secret de Shu Uemura est détenu par la direction de l'usine et par le centre de recherche dans le cœur rose du schéma du bâtiment. Le parcours côtier est jalonné de présentoirs et de miroirs qui reflètent le paysage. Sol et murs partiellement transparents permettent au visiteur d'observer fabrication et conditionnement de produits, dans la grande salle sans perdre le contact visuel avec la nature environnante. ALE