



P R I X V E R S A I L L E S
A R C H I T E C T U R E C O M M E R C I A L E

19 juin 2015 | Siège de l'UNESCO

DOSSIER DE PRESSE

SOMMAIRE

- 3 Édito
- 4 Communiqué de presse du 22 juin 2015
- 5 Communiqué de presse du 16 juin 2015

REMISE DU PRIX VERSAILLES ARCHITECTURE COMMERCIALE

- 6 Message inaugural d'Irina Bokova
 - 7 Membres du Jury
 - 8 Palmarès 2015
 - 9 Présentation du lauréat du Prix Versailles Architecture Commerciale 2015
 - 13 Présentation du lauréat mention spéciale « Intérieur »
 - 19 Présentation du lauréat mention spéciale « Extérieur »
 - 22 Présentation du lauréat mention spéciale « Services »
-
- 25 Affiche officielle

Édito

Culture et architecture commerciale : deux domaines qui sont fréquemment posés comme antinomiques. Le commerce en effet est associé au fonctionnalisme utilitariste, à l'immédiateté, à l'absence de risque, à la pauvreté du style. Et la culture à la beauté, à la création, à l'idéal désintéressé.

Naturellement, cette opposition n'est pas systématique et nombreuses sont les réalisations de qualité. Mais celles-ci sont encore trop rares.

Le Prix Versailles a pour finalité précisément de faire évoluer cet état des choses en mariant ces pôles qui tendent à s'opposer.



Credit photo : Guillaume Ombreux

Jérôme Goudain

Cette opposition est emblématique d'un stade de modernité en passe d'être dépassé. L'époque dans laquelle nous entrons exige la qualité en toute chose : la culture doit sortir de sa tour de verre, en n'excluant pas la dimension commerciale et réciproquement celle-ci doit s'approprier de plus en plus les objectifs de respect de l'environnement, de qualité, de création, d'innovation. Là où il y avait disjonction, l'époque actuelle appelle la conjonction.

Le Prix récompensera les réalisations les plus remarquables tant du point de vue de l'architecture intérieure qu'extérieure, tant du point de vue des services proposés aux consommateurs. Parce que ce Prix est associé à Versailles, on souhaiterait que ce symbole mondial de beauté et d'élégance serve non pas de modèle mais de phare ou d'impulsion à une architecture commerciale de qualité, aujourd'hui et demain.

Paris, 22 juin 2015

Communiqué de presse : Prix Versailles Architecture Commerciale, quatre lauréats au service de la création et de la ville durable

Lors de la soirée d'inauguration du Prix Versailles Architecture Commerciale, qui s'est tenue le 19 juin 2015 au siège de l'UNESCO, le président du Jury, François de Mazières, a annoncé les lauréats de l'édition 2015.

Suite au premier appel à candidatures dont le champ d'application avait été volontairement restreint à des réalisations situées en France, le Jury, composé de personnalités de renommée internationale, a souhaité distinguer quatre ouvertures récentes particulièrement remarquables :

Le Prix Versailles 2015 a été décerné au projet des Galeries Lafayette Marseille Bourse (Marseille, France), représenté par Éric Costa, président de Citynove, et par Alain Moatti, architecte.

Le Prix Versailles mention « Intérieur » a été décerné au projet Les Haras Strasbourg (Strasbourg, France), représenté par Maxime Muller, directeur d'exploitation de la Brasserie Les Haras.

Le Prix Versailles mention « Extérieur » a été décerné au projet de la boutique Repetto rue de Charonne (Paris, France), représenté par Jean-Marc Gaucher, président.

Le Prix Versailles mention « Services » a été décerné au projet de la boutique Réunion des musées nationaux du Musée des Confluences (Lyon, France), représenté par Valérie Vesque-Jeancard, directrice générale déléguée de la Réunion des musées nationaux-Grand Palais, et par Julien Kolmont de Rogier, architecte.

En récompensant des architectures collectives qui concernent à la fois l'activité économique et le quotidien des gens, le Prix Versailles s'inscrit comme un encouragement au développement durable dans la cité, un développement qui soit écologique, social mais aussi culturel.

Irina Bokova, directrice générale de l'UNESCO, l'a souligné : « le Prix Versailles Architecture Commerciale est une des façons de mettre en lumière (la) rencontre de la création, de l'art et de l'économie. »

« Investir dans la culture, c'est promouvoir une forme de développement durable et universel, puiser dans notre environnement culturel des ressources inépuisables de développement, d'épanouissement, et finalement de croissance. »

Le Prix Versailles veut être un vecteur de ce message de l'UNESCO et sera élargi l'an prochain aux réalisations situées dans le monde entier.

Contact presse : Pauline de Gaudemaris
T. +33 1 85 08 91 60 - pauline.de-gaudemaris@diversum.net

Paris, 16 juin 2015

Communiqué de presse : Inauguration du « Prix Versailles Architecture Commerciale »

Le Prix Versailles Architecture Commerciale sera inauguré le 19 juin 2015, au siège de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), en présence notamment d'**Irina Bokova**, directrice générale de l'UNESCO.

Il distinguera chaque année des magasins et espaces commerciaux remarquables, du point de vue de leur intégration au paysage, de leur architecture extérieure, de leur aménagement intérieur et des services proposés aux consommateurs.

Il s'agit d'une acception large de la notion d'espaces commerciaux, intégrant également les hôtels et restaurants.

Ce Prix qui sera étendu l'an prochain au monde entier veut être une référence pour les espaces commerciaux. La communication qui l'entoure est d'emblée multilingue (français, anglais, arabe, japonais, mandarin et russe).

Le Jury, présidé par **François de Mazières**, maire de Versailles et premier président de la Cité de l'architecture et du patrimoine, est composé de personnalités de renommée internationale, par exemple les architectes **Paul Andreu** et **Thom Mayne** (Pritzker 2005), le philosophe **Gilles Lipovetsky**, ou la chef triple étoilée **Anne-Sophie Pic**.

Le but de cette initiative, portée par l'association Diversum et son fondateur, **Jérôme Gouadain**, est bien de donner une impulsion, de montrer comment aujourd'hui les entreprises peuvent par le biais de leur politique immobilière contribuer à rendre la ville et le quotidien des gens plus durables et plus agréables.

Elle renvoie à l'enjeu essentiel d'enrichir partout la dimension culturelle pour faire de ce levier un véritable relais de croissance économique, générateur de nouveaux emplois.

Rendez-vous le 19 juin pour connaître les quatre réalisations situées en France, lauréats du Prix Versailles 2015.

Diversum :

Créée en 2006, Diversum est un carrefour de réflexion prospective qui cherche à faire converger et interagir l'intelligence culturelle et l'efficacité économique dans une perspective de diversité culturelle et de développement durable.

Cette démarche a été synthétisée en 2011 grâce au concept d'économie mauve. Son objectif est de repenser l'économie à la lumière des potentialités que lui offre la culture.

Diversum réunit des personnalités indépendantes et agit en concertation avec de nombreux partenaires institutionnels, notamment l'UNESCO, l'OCDE, la Commission européenne, le Parlement européen, le MEDEF et le Gouvernement français.

Contact presse : Pauline de Gaudemaris
T. +33 1 85 08 91 60 - pauline.de-gaudemaris@diversum.net

REMISE DU PRIX VERSAILLES ARCHITECTURE COMMERCIALE

« Mesdames et Messieurs,

Depuis l'origine l'UNESCO s'attache à promouvoir la culture, le patrimoine et la créativité comme une force de paix, de dialogue et de développement.

L'UNESCO soutient les artistes, les passionnés, les professionnels de la culture, avec la conviction qu'investir dans la créativité peut transformer les sociétés, les rendre plus riches de sens, plus inclusives, plus humaines.

L'UNESCO promeut une vision large de la culture, qui n'englobe pas seulement le patrimoine bâti, mais également les traditions, les identités, les coutumes et les manifestations par lesquelles une société se rend présente à elle-même, renforce sa cohésion et peut rayonner.

Il revient à l'UNESCO d'avoir établi à l'échelle internationale la double nature des biens et services culturels, à travers la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, adoptée en 2005, il y a tout juste 10 ans.

Les biens et services culturels ont à la fois une valeur économique et une valeur culturelle.

Ils sont une source d'emplois et de revenus, et représentent une force de développement et de lutte contre la pauvreté.

Ils sont aussi porteurs d'identité, de repères collectifs, et ne sont pas des marchandises comme les autres.

Je suis convaincue que cette combinaison est la clé du développement durable, d'un développement qui fait sens, pleinement approprié par les peuples.

Ce sont précisément ces liens entre la culture et l'économie que nous devons mieux explorer, mieux analyser en profondeur – recueillir des données fiables, produire des savoirs et construire de nouveaux découpages à la frontière de ces milieux qui se sont trop souvent ignorés mutuellement.

Le Prix Versailles Architecture Commerciale est l'une des façons de mettre en lumière cette rencontre de la création, de l'art et de l'économie.

Et je salue le travail de l'association Diversum et son action pour le développement de cette « économie mauve » qui valorise le potentiel culturel des biens et des services, afin de mieux prendre en compte le culturel dans l'économie.

Il faut des initiatives comme celles-ci, pour aider à porter un nouveau regard sur les industries créatives, sur le potentiel de développement du secteur culturel.

Nos efforts doivent converger vers cet objectif : investir dans la culture, c'est promouvoir une forme de développement durable et universel, puiser dans notre environnement culturel des ressources inépuisables de développement, d'épanouissement, et finalement de croissance.

C'est également le message que les États membres de l'UNESCO entendent intégrer dans l'Agenda des Nations Unies pour le développement durable après 2015, qui doit orienter l'action et les programmes de développement pour les 15 prochaines années.

Bravo à tous les lauréats,

Merci de votre soutien, et à bientôt. »

Irina Bokova

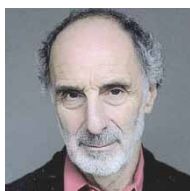
Directrice générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

Jury du Prix Versailles Architecture Commerciale



FRANÇOIS DE MAZIÈRES

Maire de Versailles (France)
Président du Jury du Prix Versailles Architecture Commerciale



PAUL ANDREU

Architecte et écrivain (France)



GILLES LIPOVETSKY

Philosophe (France)



THOM MAYNE

Architecte (États-Unis)
Pritzker 2005



ANNE-SOPHIE PIC

Chef (France)



MINJA YANG

Professeur à l'université de Louvain, Belgique (Japon)

PALMARÈS 2015

Lauréat du Prix Versailles Architecture Commerciale 2015

Galleries Lafayette Marseille Bourse

(Citynove / Moatti-Rivière)

28, rue Bir-Hakeim

13001 Marseille (France)

Lauréat de la mention spéciale « Intérieur »

Les Haras Strasbourg

(IRCAD / Jouin Manku)

23, rue des Glacières

67000 Strasbourg (France)

Lauréat de la mention spéciale « Extérieur »

Repetto

20, rue de Charonne

75011 Paris (France)

Lauréat de la mention spéciale « Services »

Boutique Réunion des musées nationaux - Musée des Confluences

(Rmn-GP - Julien Kolmont de Rogier)

86, quai Perrache

69002 Lyon (France)





PRIX VERSAILLES
ARCHITECTURE COMMERCIALE
2015

Galleries Lafayette Marseille Bourse (Marseille, France)



Credit photo : Frédérique Félix-Faure

Galleries Lafayette Marseille Bourse (Marseille, France)

La nouvelle façade des Galleries Lafayette de Marseille Bourse signée par **Moatti et Rivière** constitue une prouesse architecturale, enveloppant les Galleries Lafayette d'un spectaculaire ruban vitré et transparent.

Une architecture sculpturale et féminine

Les voilettes intègrent les dispositifs d'éclairage architectural extérieurs. Une ligne de leds est présente en rive de voilette sur chacune des trois voilettes afin de souligner les mouvements de la vague par une ligne lumineuse et continue.

Leur dessin embellit les angles du bâtiment et les accès commerciaux en apportant une fluidité à la déambulation des publics, et en créant un espace urbain protégé de la pluie et du soleil.

La façade entièrement vitrée joue un double rôle écologique : une fonction d'éclairage naturel et un filtre pour une qualité thermique optimisée à l'intérieur du bâtiment.

Les Galleries du Centre Bourse dévoilent une ambition architecturale : ses voilettes ondulées sont à la fois une protection solaire, un signalement des entrées et, comme de grandes voiles, elles symbolisent, ici à Marseille, la Méditerranée.



Crédit photo : Frédérique Félix-Faure



Crédit photo : François Moura



Crédit photo : François Moura



Crédit photo : François Moura



PRIX VERSAILLES
ARCHITECTURE COMMERCIALE
Intérieur

Les Haras Strasbourg (Strasbourg, France)



Les Haras Strasbourg (Strasbourg)

Le projet de rénovation des Haras Strasbourg a été initié et mené par l'**IRCAD**. Il allie la créativité architecturale et l'innovation technologique.

Une rénovation intérieure caractérisée par son authenticité et sa modernité

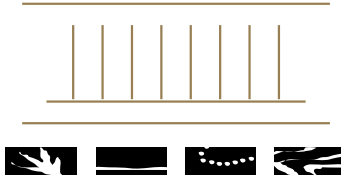
Patrick Jouin et **Sanjit Manku** ont retranscrit leur vision d'un lieu de l'élevage équin et historique dans un esprit noble et brut à la fois. Les matériaux choisis sont volontairement peu nombreux. Le bois brut, le cuir naturel et le métal noirci ou brossé permettent de transposer la première vie de ce bâtiment emblématique de la ville de Strasbourg dans un site résolument contemporain et épuré.











PRIX VERSAILLES
ARCHITECTURE COMMERCIALE
Extérieur

Repetto (Paris, France)



Repetto (Paris, France)

La boutique Repetto de la rue de Charonne à Paris célèbre la danse classique. Elle est située dans un quartier emblématique de la rive droite, à quelques rues de l'Opéra Bastille.

De la magie et du rêve dans un écrin

La façade est traitée selon le code des boutiques parisiennes d'époque : boiseries moulurées et enseignes en verre gravé avec lettrage à la feuille d'or.

L'arche en bois noir contraste avec un intérieur lumineux, pour mettre en scène les produits. La vitrine offre en spectacle un ballet ouvert sur la ville.





PRIX VERSAILLES
ARCHITECTURE COMMERCIALE
Services

Boutique Réunion des musées nationaux – Musée des Confluences (Lyon, France)



Boutique Réunion des musées nationaux – Musée des Confluences (Lyon, France)

Avec sa librairie boutique de 254 m² ouverte de plain-pied sur le hall d'accueil du musée, la **Rmn-Grand Palais** s'inscrit dans le projet du musée des Confluences.

La librairie boutique a été aménagée par **Julien Kolmont de Rogier**, en écho à l'architecture de verre et de métal du bâtiment conçu par l'agence autrichienne Coop Himmelb(l)au.

Une architecture au service du public, au service du musée

Les matériaux et les couleurs entre cristal et nuage (blanc, gris, zinc), utilisés en aplat, en alternance à des effets de brillance, animent l'espace ; des présentations à géométrie variable créent une scénographie immersive en parfaite adéquation avec le lieu.

La librairie boutique arrive ainsi à prolonger, par la mise en scène de ses livres et objets soigneusement sélectionnés, la proposition du musée d'un dialogue entre sciences exactes et sociales pour éclairer l'aventure humaine.

En cela, la librairie boutique offre un véritable service d'accessibilité culturelle du musée vers le public.





PRIX VERSAILLES ARCHITECTURE COMMERCIALE

LE PRIX DES MAGASINS
ET ESPACES COMMERCIAUX REMARQUABLES

PARIS, SIÈGE DE L'UNESCO

19 JUIN 2015