

SITES
Archi



L'ILL
3 ÉTOILES
POUR
PATRICK JOUIN

Fauchon fait appel à Christian Biecher pour porter le dernier concept de la marque, installée au 24-26 et 30, place de la Madeleine. Nouveaux espaces, nouvelles ambiances et de la couleur... Avec trois maîtres mots : glamour, audace et créativité.

UN TEMPLE DU SHOPPING GOURMAND



La Boulangerie, ouverte mi-2007. Première étape de la révolution Fauchon.

Le traiteur de la place de la Madeleine a entrepris, depuis 2004, de redorer son blason passablement terni après le départ de la famille fondatrice. L'arrivée en 1998 d'un groupe d'investisseurs, dirigé par un ancien conseiller de Bernard

Tapie, l'avait égaré dans des investissements hasardeux et une politique de franchise tous azimuts, désastreuse en termes d'image.

En rachetant la belle marque fanée, Michel Ducros entend redonner à cette

Ambiance argentée, côté restaurant, avec son mur de miroirs obliques très original. Les colonnes sont recouvertes d'un papier perlé avec des billes de verre.

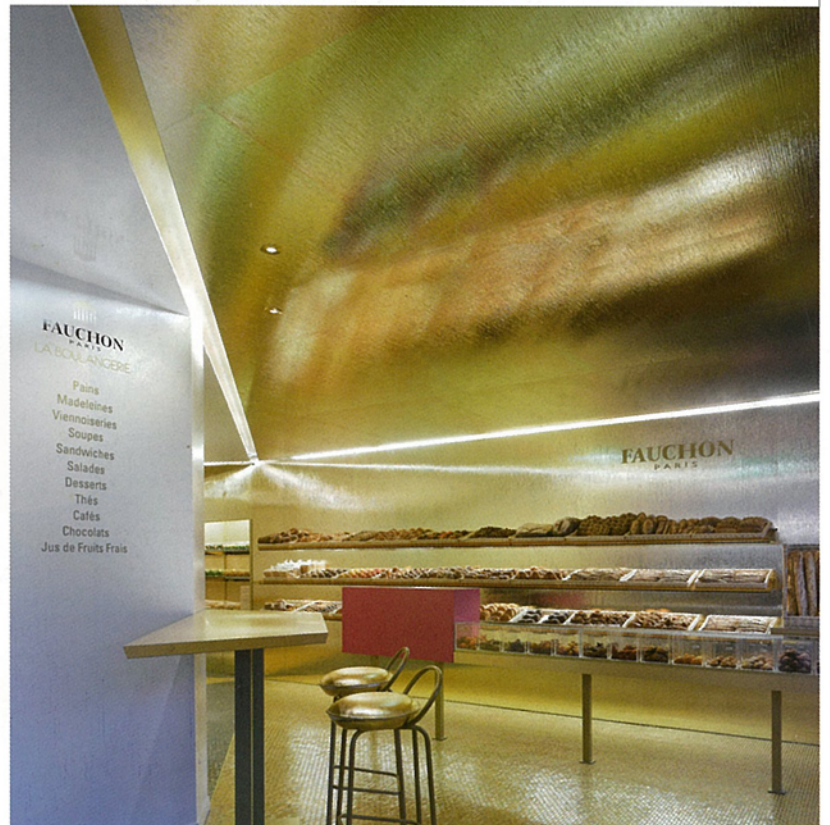




Les vitres de séparation couleur fuschia parent le restaurant argenté d'une douce teinte rosée.



Côté boulangerie, murs et plafond sont habillés de panneaux métalliques dorés découpés selon des formes triangulaires ; le sol est recouvert de pastilles de verre de deux tons d'ors disposés en alternance.



Les produits sont présentés sur des supports en verre, dorés également, tout comme le mobilier en laiton et les sièges dont les assises sont recouvertes de cuir or.





La terrasse du café, en annexe du restaurant, à l'étage du n° 30. Celle-ci sera prochainement recouverte.



icône du luxe français toute sa magie d'antan. Ainsi, pour remettre Fauchon en selle, l'enseigne a d'abord fait appel, en 2005, à l'agence en conseil Desgrippes Gobé. Celle-ci a repositionné l'image sur un axe festif haut de gamme et moderne, tandis que, côté fourneaux, une cuisine créative, légère et gourmande se mettait à inonder les rayons frais. Objectif : faire de Fauchon «une grande maison des luxes alimentaires», et de la boutique de la place de la Madeleine, une vitrine mondiale.

L'escalier, qui conduit de l'épicerie vers le restaurant, est recouvert de glaces et de panneaux transparents couleur fuchsia.

Trois ans plus tard, ce travail est achevé par Christian Biecher. Le nouveau concept accompagne les extensions du magasin, côté n° 30. Le designer reprend le principe glamour et joyeux en le poussant un peu plus loin vers un luxe ouvert à tous. Trois principales ambiances résument le projet. La première se décline en noir, blanc, gris. On la retrouve dans l'épicerie, dans l'espace traiteur, mais également dans la toute nouvelle cave, équipée d'un bar à vin baptisé «Le Comptoir». Ces espaces sont agrémentés de petites touches de bois, de bambou et de cuir, «en écho aux produits présentés ainsi qu'aux contrées lointaines dont ils proviennent», explique le designer.

La deuxième ambiance enveloppe La Boulangerie, un café-viennoiserie ouvert mi-2007 et entièrement recouvert d'or, en référence à la blondeur des pains. Enfin, la troisième ambiance fait la part belle aux reflets d'argent, comme dans tout nouveau restaurant. Ces différents espaces

communiquent par des portes et des cages d'escalier où l'on retrouve, par grandes touches, le rose fuchsia qui représente la marque. Si «L'Épicerie», située au rez-de-chaussée du n° 30, commence de plus en plus à ressembler à un supermarché du luxe, avec ses groupes de touristes, la partie traiteur, au n° 24-26, joue la carte du raffinement, avec des espaces de dégustation de haut vol : bar à fromages et... bar à caviar, pour ceux qui n'ont pas peur de s'offrir un muffin à l'esturgeon français (85 €, salade comprise).

Ce concept s'étendra progressivement à toutes les boutiques Fauchon dans le monde (450), dans des configurations parfois très variées. En 2007, le traiteur a déjà inauguré un magasin de 2 200 m² à Pékin, deux espaces à Koweït City et un premier restaurant tokyoïte. L'enseigne prévoit l'ouverture d'une douzaine d'autres magasins durant les quatre années à venir.

Au sous-sol du n° 30, La Cave et son comptoir, recouvert d'un revêtement stratifié métallisé, que l'on retrouve également sur le plafond du restaurant.

