

## Avant/après : de l'art de relooker un immeuble

Souvent pour une question de coûts, mais aussi de délais, certains propriétaires préfèrent l'option « relooking » de leurs immeubles à une restructuration plus lourde. Pas de permis modificatif à déposer, des économies non négligeables sur le coût total de l'opération à la clé, et un actif qui n'a, au final, rien à envier aux immeubles neufs. Le choix s'avère souvent judicieux, surtout lorsque le projet est bien mené. 40, rue de Courcelles, 39/41 rue du Rocher : la preuve par deux exemples.

Par Sophie Da Costa



Le «Eight» : tout un symbole qui se retrouve dans les motifs gravés de la façade.



Le hall d'entrée a été pensé comme celui d'un grand hôtel.

### PARIS EIGHT : DU BUREAU À « LA BOUTIQUE HÔTEL »

Au 40 rue de Courcelles, le « Paris Eight » expose son imposante façade. L'immeuble a l'odeur du neuf et, pourtant, sur le papier, il n'en est rien. De restructuration, il n'a ici point été question. Le « Paris Eight » s'est refait une beauté de l'intérieur, qui se voit... de l'extérieur. En 2008, le mono-locataire qui occupait jusqu'alors les 18 000 m<sup>2</sup> de l'immeuble fait ses valises. « Le propriétaire a alors souhaité rendre plus flexible son actif, en le configurant en multi-locataires, avant de le remettre sur le marché. Il fallait le remettre au goût du jour », indique Axel Schoenert, architecte du projet. MEAG attribue la maîtrise d'œuvre complète du chantier à l'agence d'Axel Schoenert Architectes Associés (ASAA), avec un objectif à atteindre : transformer l'immeuble sans passer par une lourde, longue et onéreuse restructuration. ASAA relève le défi.

#### Un brin d'astuce

Il a fallu à Axel Schoenert et Zsofia Varnagy, associée et co-créateur du projet, beaucoup d'imagination et autant d'astuces pour faire de « Paris Eight » ce qu'il est aujourd'hui. Au centre de cette réhabilitation, un concept : la « boutique hôtel ». Sur le papier, le projet aurait dû grever le budget du propriétaire mais dans les faits, il n'en a rien été. Axel Schoenert, qui s'est fait une spécialité de la maîtrise des coûts d'un chantier, a ses astuces en la matière. Première d'entre elles, de loin la plus importante : séparer les lots du chantier. « En travaillant avec une entreprise générale, le coût est plus élevé que de travailler en lots séparés. Par contre, le risque de défaillance et la garantie du délai sont moins sécurisés. »

#### L'art de la récup' intelligente

Deuxième astuce : la récup' ! Il ne s'agit pas là de tout récupérer, mais de réutiliser de façon intelligente ce qui pouvait l'être. Ainsi en a-t-il été des faux plafonds et des faux planchers. « Lorsque nous avons

commencé à faire le curage de l'immeuble, nous nous sommes rendus compte que les faux plafonds étaient encore en bon état. Nous les avons démontés, stockés, puis reconditionnés. » Même chose pour les faux plafonds métalliques, qui ont été récupérés et relaqués. Axel Schoenert assure avoir réalisé ainsi plusieurs centaines de milliers d'euros d'économie. Sans compter le temps gagné. « C'est beaucoup plus simple d'arriver sur un chantier, de tout jeter et de repartir d'une page blanche. A chaque fois qu'on cherche à faire des économies ou à récupérer des matériaux, c'est du travail supplémentaire pour l'architecte. » Il n'empêche, Axel Schoenert y trouve largement son compte, notamment en tenant le budget et en agissant en faveur de l'environnement. « Recycler 15 000 m<sup>2</sup> de faux plafonds, ce n'est pas rien. » Même les sanitaires n'ont pas



échappé à la règle : les portes qui séparent les blocs des plateaux sont, elles aussi, issues du recyclage... « Toutes les portes étaient des produits coûteux, avoisinant les 1 200 € l'unité achetées neuves. Nous avons voulu les conserver. Nous les avons retravaillées sur place et reteintes en Wengé. » Une rénovation chiffrée à... 300 € l'unité. Plutôt abordable pour des portes de cette gamme. Sur la totalité du chantier, Axel Schoenert est ainsi parvenu à économiser près de 200 € au m<sup>2</sup>. « Sur 18 000 m<sup>2</sup>, ce n'est pas négligeable. »



Le hall majestueux, baigné de lumière par la verrière, où le «Eight» s'impose au visiteur.

### Un marketing efficace

Axel Schoernert l'avoue sans ambages : son équipe a travaillé main dans la main avec le propriétaire, mais aussi le service communication, à l'origine du nom, et avec les commercialisateurs de l'immeuble, Jones Lang LaSalle et Cattella, pour faire du 40 rue de Courcelles ce qu'il est aujourd'hui. Et le résultat est plutôt convaincant. Le « Eight » ? Une référence à la prestigieuse adresse, mais aussi un chiffre efficace à conceptualiser en décoration contemporaine. Ses formes courbes et douces, qui ondulent, se prêtent aisément au jeu du grand hôtel. Des formes que le visiteur retrouve dans la borne d'accueil en corian et dans le mobilier dessiné par ASAA. « *Nous avons voulu y associer des coloris clairs, tels l'ivoire, le prune, le beige qui créent un jeu de lumière et se jouent des reflets avec les verrières et les vitres latérales* ».

### Un hôtel ? Non, des bureaux...

Il y a un peu de l'emplacement, en face du Hilton, dans la ressemblance de l'immeuble avec un hôtel. Il y a aussi un peu de la tendance « *palace parisien* » du moment, avec l'ouverture récente d'établissements prestigieux. Et il y a également le volume du hall, majestueux, qui frappe le visiteur dès l'entrée et qui fait irrémédiablement penser à celui d'un établissement hôtelier. « *Tout cela nous a donné l'idée d'un mélange entre le grand hôtel et l'immeuble de bureaux. Comme nous voulions un concept qui se démarque, nous avons pris le parti de faire de ce hall circulaire un élément phare de l'immeuble.* » Pour peu, on en viendrait presque à oublier, que l'on se trouve dans un immeuble de bureaux, proposant sur sept étages, des plateaux dégagés et modulables, sécables en trois et développant de 500 à 1 800 m<sup>2</sup> en fonction des divisions.