

**Centre commercial la Part-Dieu : un plafond en métal haut de gamme,
pour un réaménagement hors norme.**



*Hunter Douglas Architectural a fourni des baffles de plafond Tavola
pour la rénovation du centre commercial La Part-Dieu*

Le 10 juin 2021, la multinationale Unibail-Rodamco-Westfield a inauguré divers espaces du centre commercial La Part-Dieu, actant ainsi officiellement la fin d'un projet de rénovation et d'agrandissement qui a duré 4 ans. Pour ce projet, de nombreuses modifications de taille ont été entreprises. Parmi celles-ci, la mise en place d'un tout nouveau plafond dans les espaces rénovés. C'est en effet sur plus de 4 700 m² que le système Tavola, du fabricant Hunter Douglas, a remplacé le plafond d'origine qui datait des années 70. Près de deux ans après la fin des travaux, retour sur un projet titanesque.

L'immense ambition d'un projet XXL : réenchanter le plus grand centre commercial de France

Ouvert en 1975, Westfield La Part-Dieu a récemment fait l'objet d'un gigantesque projet de réaménagement. En plus de la réalisation d'une extension de 32 000 m², qui a permis au bâtiment de rafler la place de plus grand centre commercial d'Europe Continentale et donc de France, les anciens espaces ont fait l'objet de travaux de rénovation et ont ainsi été totalement transformés. Cyrille Moulins, Architecte Directeur de création chez Saguez & Partners, agence responsable de l'architecture intérieure, explique : « L'idée était de réenchanter ce centre commercial. »

Pour réaliser cette métamorphose, MVRDV, l'agence responsable du projet, et Saguez & Partners s'étaient fixé des objectifs, qui représentaient aussi des exigences de taille : rénover et moderniser, tout en capitalisant sur l'héritage historique. De ce dernier, le centre commercial a conservé un graphisme à

base de losanges évocateurs des années 70, grâce à une façade habillée de ses anciens panneaux de béton qui ont été auparavant repeints et dont l'arrangement graphique a été repensé.

Pour la modernisation, de nombreuses opérations ont été entreprises avec l'idée « d'ouverture ». Un pari relevé par l'agence MVRDV : avec un toit-terrasse végétalisé de 7 000 m², accessible via des escaliers extérieurs monumentaux qui lient le centre à la ville de toute part et un gigantesque hall dédié à la restauration, « Food Society », qui possède 500 m² de terrasses, c'est assurément chose faite.

Rénové, l'intérieur du centre apporte également une touche de modernité. Une modernité présente via l'offre de commerces et de services, mais aussi via des éléments architecturaux qui rompent avec les années 70. Et plus que l'idée d'ouverture, c'est l'idée de créer un parcours visible et lisible qui a influé sur la conception de l'espace ici.

Concilier gestion de flux et architecture : donner une direction dans un intérieur moderne

À l'intérieur, Saguez & Partners a développé deux axes perpendiculaires thématisés, inspirés de concepts qui reflètent la nature des commerces installés et les intérêts des usagers : « business active » et « art de vivre ». Visuellement, les axes, nommés « Active Boulevard » pour le premier et « Fashion Avenue » pour le second, sont extrêmement bien marqués.

« Cela répond à un besoin d'amélioration du parcours, qui était linéaire et manquait de repères visuels. » indique Cyrille Moulins. Essentiel, lorsque l'on doit faire face à une importante affluence de visiteurs. L'« Active Boulevard » concentre un flux dense, avec une sortie de métro qui mène directement au centre de ce boulevard, et représente l'axe gare – centre-ville ; la « Fashion Avenue » qui incarne l'axe Nord-Sud est certes moins sollicitée, mais elle reste toute de même très empruntée. Chaque jour, ce sont près de 92 000 personnes qui traversent le centre commercial.



Dans une telle configuration, la lisibilité du parcours est importante et tous les éléments comptent. Les deux axes thématiques ont donc chacun leur code couleur : doré et blanc pour l'« Active Boulevard », contre une pointe de blanc et une majorité de noir pour la « Fashion Avenue ». Ces teintes sont notamment arborées par les sols et façades des commerces, mais pas seulement. « Le plafond a été lui aussi choisi de manière à répondre à plusieurs besoins, dont celui de l'amélioration du parcours. »

Baffles Tavola : pour un plafond moderne et pratique

C'est le système à baffles Tavola Straight en acier que l'agence Saguez & Partners a choisi pour composer le plafond de trois des quatre niveaux du bâtiment. Installé principalement en périphérie sur plus de 4 700 m², le plafond métallique linéaire d'Hunter Douglas Architectural incarne les deux axes pensés par l'agence, grâce à son aspect moderne et deux teintes qui permettent de distinguer les deux parties. Le tout, en apportant de véritables avantages pratiques.

Côté design, il fallait un plafond spécifique qui permettait de souligner le contraste entre les deux axes. Ainsi, les baffles qui surplombent les boutiques de l'« Active Boulevard » affichent un blanc pur faisant écho aux couleurs claires qui habillent ledit boulevard. Le plafond de cette partie contraste donc avec celui installé dans l'axe « Fashion Avenue » : de couleur noire, les baffles Tavola rappellent ici la couleur représentative du monde de la mode et qui orne la plupart des façades des enseignes. Dans les deux cas, les couleurs ont été choisies en version mate, afin de s'éloigner de la sensation de froid que peut généralement provoquer le métal et donc d'obtenir une atmosphère plus chaleureuse ; les lames sont néanmoins idéales pour diffuser la lumière du jour ou la lumière artificielle.



Le contraste entre les deux axes thématiques est marqué par le plafond : les baffles Tavola de l'Active Boulevard affichent un blanc pur, quand les baffles de la Fashion Avenue sont de couleur noire.

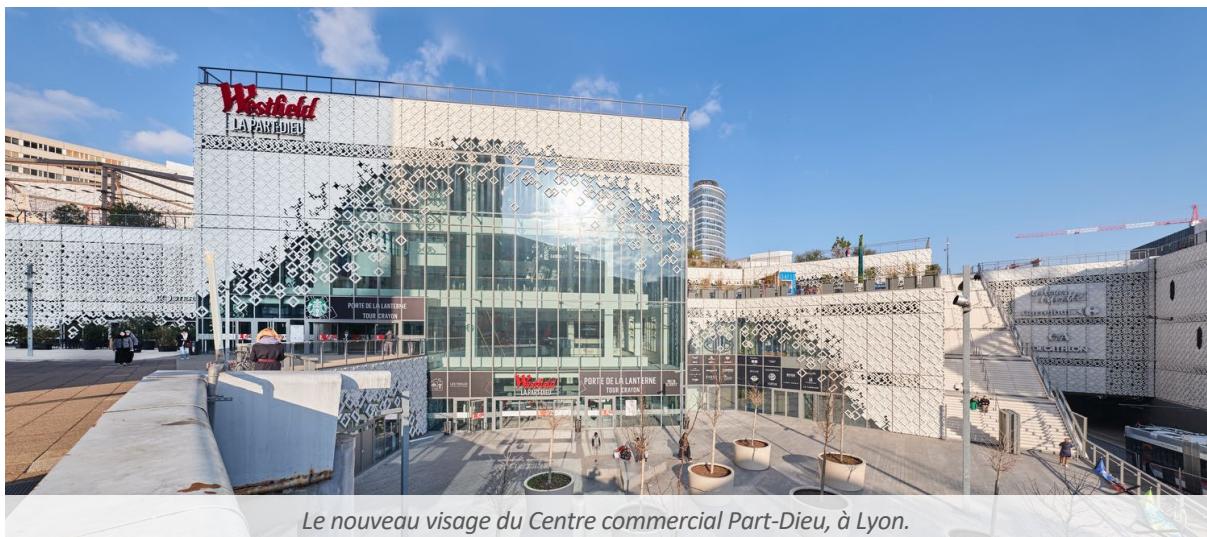
Côté pratique, la solution de plafond permet de couvrir deux aspects extrêmement importants : la sécurité et l'acoustique. Pour le premier, Cyrille Moulins explique : « Nous avons choisi le système Tavola parce qu'il représente la réponse moderne et actuelle au plafond ouvert à mailles des années 80 qu'il a remplacé, grâce à son aspect linéaire. Et ce, en respectant les mêmes contraintes techniques : pouvoir accéder au plenum. » En effet, le plafond Hunter Douglas Architectural a le grand avantage de reposer sur une conception modulaire, qui fournit un espace ouvert entre les baffles et offre ainsi un accès facile pour réaliser l'installation et la maintenance des systèmes de climatisation, de sonorisation, d'éclairage, etc. Cette même conception permet à la solution de s'adapter à des configurations compliquées : « Dans ce projet, nous avons des angles alambiqués, des coupes en biseau ; or le système permet une certaine facilité de pose. » Le plafond a été installé avec une ouverture de 70 %. Une caractéristique qui n'enlève rien à son aspect esthétique : le système étant posé à la perpendiculaire de l'axe de direction, le défilément des lames permet de masquer la technique. Et le grand avantage de l'ouverture, en plus de répondre aux besoins d'accès au plenum, est de garantir un certain confort acoustique.



Les lames Tavola accueillent le son et permettent un accès aisément au plenum ainsi que l'intégration d'éléments techniques ; le tout en permettant au plafond de conserver son aspect esthétique.

L'Architecte Directeur de création chez Saguez & Partners souligne : « Le fait que le plafond soit ouvert permet au son d'entrer dans le plenum et d'y terminer sa course. » Yves Chionchini, Responsable Commercial Auvergne Bourgogne Hunter Douglas Architectural, complète : « De plus, pour ce projet les lames Tavola ont été micro-perforées et équipées d'un tissu acoustique noir, collé à l'intérieur en usine. Le tout garantit une performance acoustique optimale. Le plafond est donc particulièrement adapté à son usage dans un centre commercial. »

Lieu de rencontre incontournable pour les habitants de la Métropole Lyonnaise depuis les années 70, Westfield la Part-Dieu a connu une véritable transformation. À l'intérieur, le plafond Tavola est un élément essentiel de l'architecture qui vise à la fois à inscrire le bâtiment dans son époque en proposant un aménagement actuel, et à améliorer le parcours proposé aux usagers. En plus de son aspect moderne, il présente des avantages pratiques et acoustiques indéniables, pour un lieu pour lequel les exigences en matière de qualité acoustique et de sécurité sont extrêmement élevées. Cyrille Moulins conclut : « Hunter Douglas Architectural est un fournisseur connu et reconnu et nous travaillons régulièrement avec. Pour ce projet, nous avons obtenu des retours positifs, notamment sur le côté graphique qui est très apprécié. »



Le nouveau visage du Centre commercial Part-Dieu, à Lyon.

Données projet - Récapitulatif

- Projet : Westfield la Part-Dieu
- Solution : Baffles Tavola Straight
 - Matériau : acier
 - Couleurs : blanc RAL 9016 et noir RAL 9004
 - Certifications :
 - LEED v4
 - TAIM QS
 - Réglementation française relative aux COV : classe A
- Surface posée : 4 700 m²

Hunter Douglas est leader mondial en habillage de fenêtres, stores, écrans solaires, panneaux de façade et plafonds esthétiques, innovants et de qualité. Il contribue depuis plus de 50 ans au confort thermique, acoustique et visuel dans les bâtiments de plusieurs secteurs tels que le commerce, l'industrie, la restauration, l'hôtellerie et les pouvoirs publics. Grâce à la collaboration intensive avec des architectes, concepteurs, stylistes et entrepreneurs, ces produits durables répondent à tous les besoins. Une empreinte écologique aussi réduite que possible et la diminution des flux de déchets sont deux critères importants dans le développement, la production, la livraison, l'entretien et le réemploi de chaque produit. Hunter Douglas est présent dans plus de 100 pays sur tous les continents par ses filiales nationales, bureaux de marketing, plus de 60 usines et 100 installations d'assemblage. Plus de 20 000 collaborateurs déploient chaque jour leurs talents et leurs compétences au profit de Hunter Douglas.

Pour plus d'informations, consultez notre site internet : www.hunterdouglas.fr

