

Tome 6 |

# ARCHITECTURES

Espaces de négoce contemporains en Brabant wallon



par Anne Norman

## Table des matières

- p. 2 Préface
- p. 3 Avant-propos
- p. 5 Introduction
- 
- p. 11 **Restaurant du Parc de l'Alliance à Braine-l'Alleud**  
Architecte : ATELIER DU SART TILMAN  
Rue du Vieux Bois, 22, 4130 Tirff  
T 04 388 29 81
- p. 15 **Galerie Cap d'Art à Genval**  
Architecte : YVES DE LE HOYE  
Avenue de Tervueren, 266, 1150 Bruxelles  
T 02 772 62 22
- p. 19 **Showroom Fiat, Lancia, Alfa Roméo et Nissan à Wavre**
- p. 23 **Show room Ford à Wavre**  
Architecte : ARCHITECTURAL MANAGEMENT CONCEPT  
Avenue de Jette, 32, 1080 Bruxelles  
T 02 425 02 45
- p. 27 **Banque CBC à Tubize**  
Architecte : AR.BR.  
Rue des Altes, 95, 1030 Bruxelles  
T 02 242 14 52
- p. 31 **Station service et pont restaurant à Nivelles**  
Architecte : SAMYN ET ASSOCIÉS  
Chaussée de Waterloo, 1537, 1180 Bruxelles  
T 02 374 90 60
- p. 35 **Show-room Opel à Tubize**  
Architecte : AD2REM (LUC MAES)  
Lavendelstraat, 3, 8020 Oostkamp - Ruudervoerde  
T 050 27 60 02
- p. 39 **L'Esplanade à Louvain-la-Neuve**  
Architecte : CHAPMAN TAYLOR SAUVAGE SA-NV  
Boulevard de Waterloo, 34, 1000 Bruxelles  
T 02 513 59 56
- p. 47 **Pharmacie De Valck à Court-Saint-Etienne**  
Architecte : THIBAUT BRUYR  
Boulevard Tirou, 203/11, 6000 Charleroi  
T 071 307 890
- p. 51 **Banque Dexia à Nivelles**  
Architecte : STÉPHANE HUART  
Chaussée du Roeux, 225, 7000 Mons  
T 065 31 53 84 - 0476 681 173

---

Tome 6

# ARCHITECTURES

Espaces de négoce contemporains  
en Brabant wallon



A l'initiative de la Province du Brabant wallon

par Anne Norman

# Préface

Baudouin le Hardÿ de Beaulieu,

DÉPUTÉ PERMANENT

Les maisons quatre façades ; les immeubles de bureaux ; les petites interventions ; les espaces réaffectés en logement ; les habitations contemporaines ; et maintenant l'architecture commerciale. Six tomes déjà pour la série « Architectures » initiée par la Province du Brabant wallon en 1999.

La série a fait du chemin, l'architecture aussi. Peut-être pas encore assez à la lumière de ce dernier volume. L'immense production que représente l'architecture commerciale reste encore étonnamment hermétique à la qualité dans ce domaine. Or, cette architecture couvre une part considérable de notre espace.

Nous y sommes confrontés chaque jour de notre vie. Elle est incontournable mais si souvent triste et navrante. L'architecture semble y être perçue comme un « vêtement » de luxe, et donc inutile ou inabordable pour ce type de lieux qui visent avant tout la rentabilité. Pourtant les deux notions ne sont pas incompatibles, loin de là. La qualité architecturale peut jouer une part déterminante dans la réussite d'un produit. Elle en constitue la première image de marque. Certainement la plus visible. Une fois franchie la porte d'un commerce, l'objectif devrait être que le client s'y sente bien et non pas uniquement de lui imposer une consommation presque « à la volée ». On entre, on trouve, vite si possible, on paye et on sort. Entre l'acte initial et la sortie, un désert d'émotion. Aucun sentiment agréable, aucun plaisir. Juste la satisfaction d'une nécessité, pas toujours nécessaire d'ailleurs, mais qu'importe.

En tant que Député permanent ayant l'Aménagement du territoire dans mes attributions, mon souci constant est la qualité de notre cadre de vie au sens large. Les lieux de commerce en font partie.

Je m'étonne qu'il faille encore démontrer la nécessité de créer des espaces de qualité, stimulants, vivifiants, agréables dans lesquels il est bon de se promener.

Mais je ne me lasse pas de faire passer le message et de démontrer l'importance de l'architecture dans notre culture. Une fois encore, à travers ce tome, je désire soulever un morceau du voile. Mais surtout, je veux faire partager au plus grand nombre (promoteurs, citoyens, commerçants...) l'intérêt capital de cette discipline qui, jour après jour, construit l'espace dans lequel nous vivons.

# Avant-propos

S'intéresser à l'architecture commerciale semblait plus que nécessaire dans une province où elle représente une part non négligeable du bâti. Mais, si les exemples de ce type de réalisation ne manquent pas, la qualité en est presque systématiquement absente. Il nous a fallu faire de nombreux kilomètres pour repérer et isoler les édifices qui sont présentés dans les pages qui suivent. Bien entendu, il se peut qu'on soit passé à côté de cas intéressants, mais ils demeurent les plus rares. Nous avons aussi voulu équilibrer les types de commerces présentés, mais le calcul est vite fait : 2 banques ; trois showrooms automobiles ; un restaurant ; une aire de services d'autoroute ; un immense projet incontournable en Brabant wallon ; et enfin une pharmacie. Nous rêvions d'une plus grande diversité. Nous espérons couvrir toutes les échelles de la chaîne commerciale. Nous fantasmions sur des architectures innovantes ; avant-gardistes ; qui uniraient haute technologie et développement durable... Cela restera du domaine du songe. Pour le moment tout au moins. Espérons qu'une ère nouvelle s'ouvrira prochainement pour ce type d'architecture.

En attendant, nous vous proposons de découvrir les quelques fruits de notre récolte. Ils ne sont pas toujours extraordinaires et pourtant, ils sortent de l'ordinaire et de loin. Ils sont tous le fruit d'une réflexion, d'un travail, d'une démarche. Ils échappent au purement commercial au sens le plus limité du terme. Nous en félicitons les architectes mais aussi les maîtres d'ouvrage pour le courage dont ils ont fait preuve pour sortir du banal, du rentable, du « bêtement » consommable. Nous vous en souhaitons une agréable découverte.



# Architecture et commerce

Anne Norman

Alors que l'architecture se fait si souvent produit de consommation, il est étonnant de constater la quasi absence de cette discipline quand il s'agit de bâtir des lieux de négoce. Quotidiennement, nous sommes des milliers à fréquenter ces espaces. Après l'habitat, ils représentent une part importante de la commande en architecture. Et cependant, il est difficile de qualifier comme tel ce type de lieux. Les entrées d'agglomérations se composent le plus souvent d'une succession de hangars affichant de la façon la plus « criante » la marque ou le type de produit qu'ils abritent. Débauche de couleurs, de slogans, de néons, tout est fait pour attirer notre attention de la manière la plus primaire qu'il soit. La vulgarité et la laideur y sont maîtres mots. Ils n'interpellent ni n'intriguent mais hurlent à la face du passant d'entrer et d'acheter. Certains de ces lieux sont si laids qu'on a du mal à imaginer que d'aucuns osent en franchir le seuil. Et pourtant, c'est ce que nous nous résignons à faire, une seule pensée en tête, consommer. Et tant pis si cela n'a aucun sens. Une fois à l'intérieur, les choses ne s'améliorent pas, l'agression est totale et touche tous nos sens.

La situation est peu différente pour les petits commerces urbains dont les vitrines jouent avec l'hyperbole et dénaturent l'architecture du lieu où ils se greffent. Il est, par ailleurs, étonnant de constater la tolérance des pouvoirs publics dans ce domaine, eux parfois si tatillons quant il s'agit de réglementer l'architecture contemporaine. On ne compte plus les rez-de-chaussée béants, sans aucun lien formel avec les étages, les façades entièrement maquillées, grimées tels d'affreux clowns grimaçants ou affichant des couleurs qui feraient pâlir d'effroi le coloriste le plus téméraire.

Mais le plus étonnant, le plus triste et affligeant c'est que nous trouvons ces lieux tout à fait communs, normaux. On n'en remarque plus la laideur évidente. Parce que, bandelement, nous y sommes habitués. Ils sont la norme en ce domaine et nous n'y songeons plus.

Toutefois, ce type d'architecture constitue un révélateur pertinent des valeurs d'une société. Elle possède une dimension signifiante importante. Dans d'autres contrées, cette qualité lui est peu à peu reconnue par les marques qu'elle abrite.

Nous sommes pourtant rentrés depuis plusieurs décennies dans l'ère de l'image. L'apparence y est toute puissante. Les publicitaires l'ont bien compris, les médias, les marchands aussi puisqu'ils sont les premiers à dépenser des fortunes en packaging. La valeur de l'emballage dépasse parfois même celle du contenu. Néanmoins dans nos contrées, les temples du commerce demeurent étonnamment laids. Les PDG ne semblent pas encore avoir compris le rôle capital que peut jouer l'architecture dans leur politique commerciale.

D'autres pays, d'autres marques semblent avoir saisi toute son importance. C'est notamment le cas au Tyrol (Autriche) avec la chaîne de supermarchés M-Preis. Ces magasins ne visent pas une clientèle d'élite, mais offrent le meilleur rapport qualité / prix de la région. Le PDG de cette chaîne est certes très sensible à l'architecture, mais il y a avant tout vu un outil très puissant où la contextualité est prégnante. Il demande à ses architectes d'apporter une attention particulière aux questions d'orientation et d'axialité. La chaîne a actuellement réuni autour d'elle un sacré panel d'architectes soit découverts par l'intermédiaire de concours (souvent des jeunes de la région), soit directement choisis par le PDG. Parmi eux beaucoup d'architectes nationaux mais aussi internationaux comme Dominique Perrault. Désormais Hansjörg Mölk, le PDG du groupe, est convaincu que la qualité et l'esprit du lieu font vendre. Il déclare d'ailleurs que : *La réussite économique nous permet d'oser l'architecture et l'architecture contribue maintenant à notre réussite. Mais, poursuit-il : Il est clair que nous ne nous contentons pas d'une*

*architecture d'enveloppe, l'erreur que commettent nos rares imitateurs. (...) les architectes s'engagent à concevoir l'intérieur comme l'extérieur. C'est une règle issue de l'expérience, comme la transparence, l'ouverture vers le paysage, la force plastique, la convivialité, la facilité de contacts, le sentiment d'ordre dans les espaces et les produits, le bien-être des employés....*<sup>1</sup>

Dans d'autres domaines, comme celui de la haute couture, la démonstration du rôle de l'architecture n'est plus à faire. La plupart des grandes marques se sont associés les services d'architectes renommés.

Bien entendu ces lieux visent une clientèle très fortunée, mais architecture ne rime pas forcément avec luxe. Des marques plus populaires, comme Zara, lui accordent beaucoup d'intérêt également. Le groupe ne dépense par ailleurs pas un centime en publicité, tout se joue sur l'implantation (le quartier), et la qualité des espaces.

D'autres catégories de commerces, comme les banques par exemple, prennent de plus en plus la mesure de l'impact de l'architecture en tant qu'image de marque. C'est ainsi qu'en Belgique, le groupe Dexia a adopté la griffe architecturale quand elle construit de nouvelles agences. Au point que certains architectes se sont spécialisés dans ce créneau très précis. Certaines marques d'automobile se sont également intéressées à l'impact commercial de l'architecture. On peut dire qu'en Brabant wallon, ce sont les rares secteurs dans lesquels on rencontre des exemples intéressants. Ce qui signifie notamment qu'architecture rime encore trop souvent avec produit de luxe. Une fausse idée qui n'en finit pas de faire des ravages .

<sup>1</sup> Les supermarchés manifestes, in : *architecture-intérieur-crée*, n°307, février/mars 2003, p. 31.

# Espaces de négoce

en Brabant wallon

contemporains



# Restaurant du Parc de l'Alliance à Braine-l'Alleud

Collaborateur: Quang Tuan Linh

Paysagiste: Jean-Noël Capart

L'ensemble du parc est une réalisation commune de la S.A. « Parc de l'Alliance » (union de Fortis Banque et d'Axia). Il s'agit d'un parc multifonctionnel qui comprend des zones de bureaux, un ensemble de services mais aussi des logements (une dizaine de maisons).<sup>2</sup>

Le projet qui nous occupe est le restaurant récemment construit (inauguration en 2005) et destiné à accueillir le personnel des différentes entreprises présentes dans le parc.

Son implantation a tenu compte de la position la plus centrale par rapport à l'ensemble du site afin d'en permettre un accès aisé à toutes les entreprises. À terme, il devrait accueillir 800 personnes en deux services.

Le plan d'eau ainsi que le relief particulier du terrain préexistaient. Les architectes ont conçu le bâtiment en tenant compte du travail du paysagiste. L'édifice suit les niveaux du sol qui descend par plateaux. Le restaurant s'encastre dans le terrain. Le sous-bassement en pierre évoque clairement cette idée d'intégration dans le sol.

En contraste par rapport à l'architecture de bureau très rationnelle des édifices du parc, le restaurant apparaît clairement comme une aire de repos. Il affiche résolument sa différence et incarne un point de repère, un temps de respiration, de calme. Il déploie ses deux grandes ailes qui ondulent en écho aux mouvements du terrain. Entre le socle en pierre et la toiture en zinc, de grandes baies vitrées permettent de jouir du paysage. L'utilisation du bois pour les châssis contraste également avec l'architecture des bureaux voisins. Il s'agit bien d'un lieu destiné à la détente et non au travail.

<sup>2</sup> Dans le tome 2 de la série Architectures consacré aux immeubles de bureau, nous avons présenté l'ensemble du parc de l'Alliance. Ce tome est épuisé.



Photos: B. Castay





Malgré son aspect très poétique, l'organisation spatiale de l'édifice répond à la logistique indispensable au bon fonctionnement de ce type de lieu. Il abrite deux grandes salles de 300 m<sup>2</sup> reliées entre elles par un espace de self-service. À l'arrière se trouvent les cuisines. Le socle en pierre accueille des salles de réunions ainsi qu'un espace de stockage.





# Cap D'Art Galery à Genval

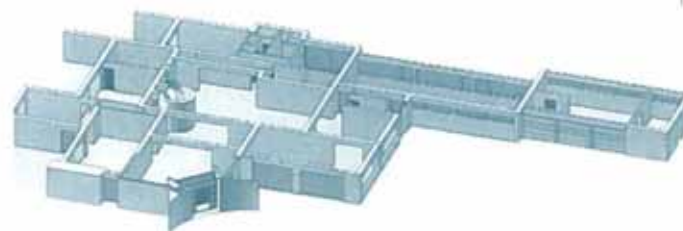
Magnifiquement situé en bordure du lac de Genval, ce bâtiment abritait à l'origine un bureau d'architecture et une habitation. Il a été totalement remanié en 2000 pour être transformé en galerie d'art.

L'édifice d'origine date du début des années nonante. Conçu dans un style très sobre, géométrique, il présente certains points communs avec l'architecture de Jacques Dupuis.

Lors de l'acquisition, le nouveau propriétaire a entièrement modifié les espaces intérieurs dans le sens d'une plus grande fluidité. Décloisonnement spatial ; couverture d'un patio devenu puits de lumière ; unification des sols par un revêtement en bois... la réaffectation a respecté, même amplifié, les valeurs de pureté et de simplicité formelles du bâtiment d'origine. L'objectif était également d'utiliser au mieux les qualités spatiales générées par les grands bandeaux de fenêtres qui ouvrent généreusement l'édifice sur l'extérieur. Le résultat est un espace global qui incite au cheminement, à la découverte sereine des œuvres d'art. Dans cet espace, le temps semble s'écouler différemment. Le visiteur est littéralement extrait du monde quotidien, il est accueilli dans une autre dimension. Ce passage vers un autre monde est formellement et symboliquement inscrit dès l'entrée de la galerie. En effet, pour y pénétrer il faut franchir une passerelle qui incarne bien cette notion de passage, de frontière. Le principe fonctionne, bien entendu, dans les deux sens.

Afin de clairement identifier la nature commerciale du lieu, il fallait aussi lui accorder une valeur de signal, lui procurer un élément qui attire le regard, qui désigne le lieu en tant qu'espace ouvert au public. Il n'était toutefois pas question de recourir à des éléments violents ou grossiers. L'environnement particulier du lac mais aussi la nouvelle nature du lieu exigeait un signe plus subtil que ceux trop souvent utilisés dans





les espaces commerciaux. Le propriétaire a décidé de créer une grande voile en zinc pré-patiné qui joue un rôle de signal. Le zinc se poursuit en bardage et se détache par rapport à la brique blanche utilisée pour toutes les façades. Il recouvre un ancien bardage bois, mal mis en œuvre et fort abîmé.

Zinc, brique blanche, bandeau de fenêtres et bois au sol... très peu de matériaux ont été utilisés afin de ne pas interférer avec la perception des œuvres d'art. L'édifice fonctionne parfaitement et dialogue intelligemment avec son environnement végétal et aquatique.



Ital Garage

NISSAN

CONDITIONS SPECIALLY  
ADVANTAGE

## Showroom Fiat, Lancia, Alfa Roméo et Nissan à Wavre

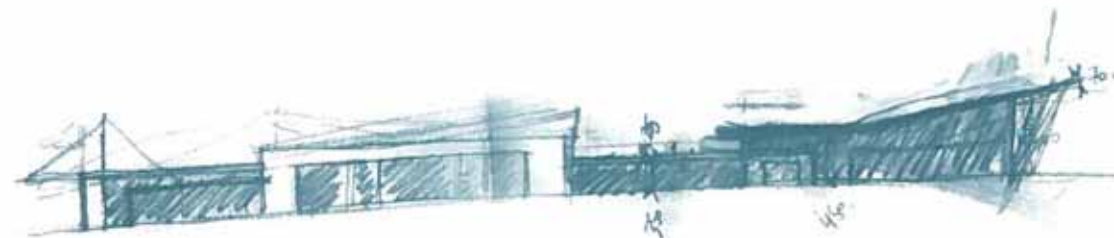
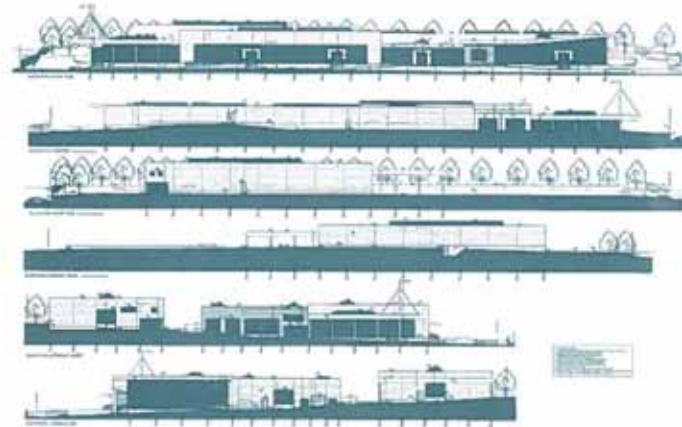
Situé le long d'un des axes de pénétration de Wavre entièrement flanqué d'édifices à destination commerciale aux allures de hangars colorés, ce showroom se distingue clairement par son architecture soignée. Il n'a ici pas été question de répondre uniquement à des impératifs de rentabilité extrême mais de réaliser un lieu attirant, pouvant exprimer la philosophie des produits qu'il abrite.

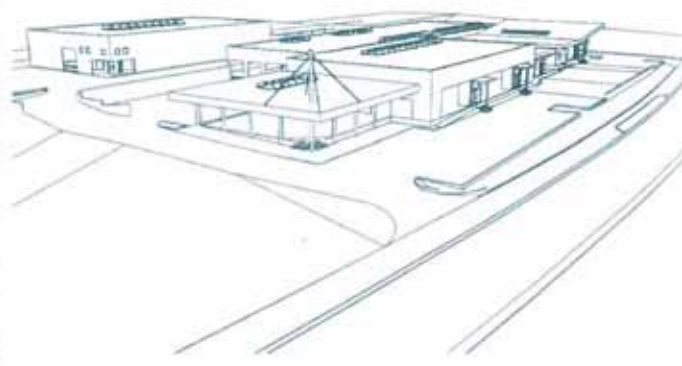
Ce showroom a été conçu en lien avec l'exemple suivant. Les deux bâtiments, bien qu'autonomes et issus de deux maîtres d'ouvrage distincts, ont été conçus pour fonctionner visuellement ensemble. Le bureau d'architecture est le même pour les deux projets. Les formes de l'un répondent à celles de l'autre afin d'assurer un maximum de cohérence.

Ce premier édifice était assez complexe à réaliser car il est lui-même constitué de plusieurs entités. D'une part la partie accueillant Fiat et Lancia dont l'intérieur est très sobre et dépouillé avec une structure apparente en acier d'esprit high-tech. Ensuite un volume « occasion » se voulant plus léger, plus éphémère, conçu un peu comme une aire de services, un lieu de passage. On voit, on achète. C'est rapide, direct. Enfin, un espace réservé à Alfa Roméo, se voulant plus raffiné, plus luxueux, évoquant clairement l'image défendue par la marque. Les architectes devaient allier ces trois ambiances en les articulant intelligemment et en initiant le lien avec le showroom Ford voisin. Le tout en tenant compte d'un budget relativement limité pour ce type de projet. La solution a été d'opter pour une structure métallique assez simple et répétitive mais en jouant par contre sur la variété des habillages alternant le béton, le silex noir et le bardage. Il fallait également jouer sur la transparence très importante pour ce type de programme. L'objectif étant bien évidemment d'une part de symboliser l'identité de chaque marque mais aussi d'attirer le public notamment par une grande visibilité des produits mais aussi de l'espace qui les abrite.

Le volume occasion, très aérien, entièrement vitré initie le mouvement. Un immense mât en acier le traverse et sa partie visible en toiture fait également office d'enseigne, d'appel. L'espace est uniquement constitué d'une toiture en béton, comme un socle, flottant littéralement au-dessus des parois entièrement vitrées rythmées par des colonnes d'acier.

Ce volume contraste clairement avec la partie Alfa Romeo, qui s'apparente à un vaste cube noir largement ouvert en façade. Ce dernier apparaît comme le point d'ancrage de l'ensemble du site. Lui succède à nouveau un volume plus ouvert, beaucoup plus léger et aérien dont la toiture dessine un mouvement ascensionnel qui assure une continuité de lecture avec l'édifice voisin.







  
V. Vanaprinqal  
& Fila  
Service  
Magazin  
Carrosserie

  
Ford Direct  
3

  
Ford Direct  
3

  
Ford Direct  
3



# Showroom Ford à Wavre

Il s'agit du bâtiment voisin du précédent. Tout en s'en distinguant, il se place dans la continuité avec notamment des gabarits fort semblables.

Le premier volume prend la forme d'un cube de verre recouvert d'une toiture trapézoïdale qui reprend le mouvement impulsé par la toiture voisine.

Cette fois l'atmosphère défendue par la marque se veut chaleureuse, accueillante, cosy. Comme le produit doit aussi rester visible de l'extérieur et que l'objectif est de révéler le caractère de la marque, de grandes baies vitrées sont indispensables à cette visibilité. Mais cette fois, on s'éloigne radicalement de l'ambiance high-tech, en optant pour l'usage du bois évoquant bien le caractère chaleureux développé par Ford. Du parquet revêt les sols et un bardage en panneaux multiplex type bois - budget et entretien obligent ! - a été choisi.

La dimension linéaire de l'ensemble du site est poursuivie. Le show room est composé de plusieurs entités distinctes. Au premier volume, le plus haut et le plus ouvert, succèdent des parties plus basses, s'emboîtant les unes dans les autres par une succession de décrochements verticaux. Les éléments en béton alternent avec le bardage qui joue aussi un rôle d'écran visuel par rapport aux parties plus techniques du site.

Les deux showrooms constituent bien un ensemble cohérent. L'architecture n'a pas été laissée au hasard, mais sert vraiment le produit qu'elle abrite. Elle en devient le symbole. Bien entendu, malgré leurs qualités, nous sommes encore loin des exemples pratiqués dans d'autres pays. Mais ces deux showrooms montrent le soin qui peut être apporté à ce type d'espace.







SBB

10:10

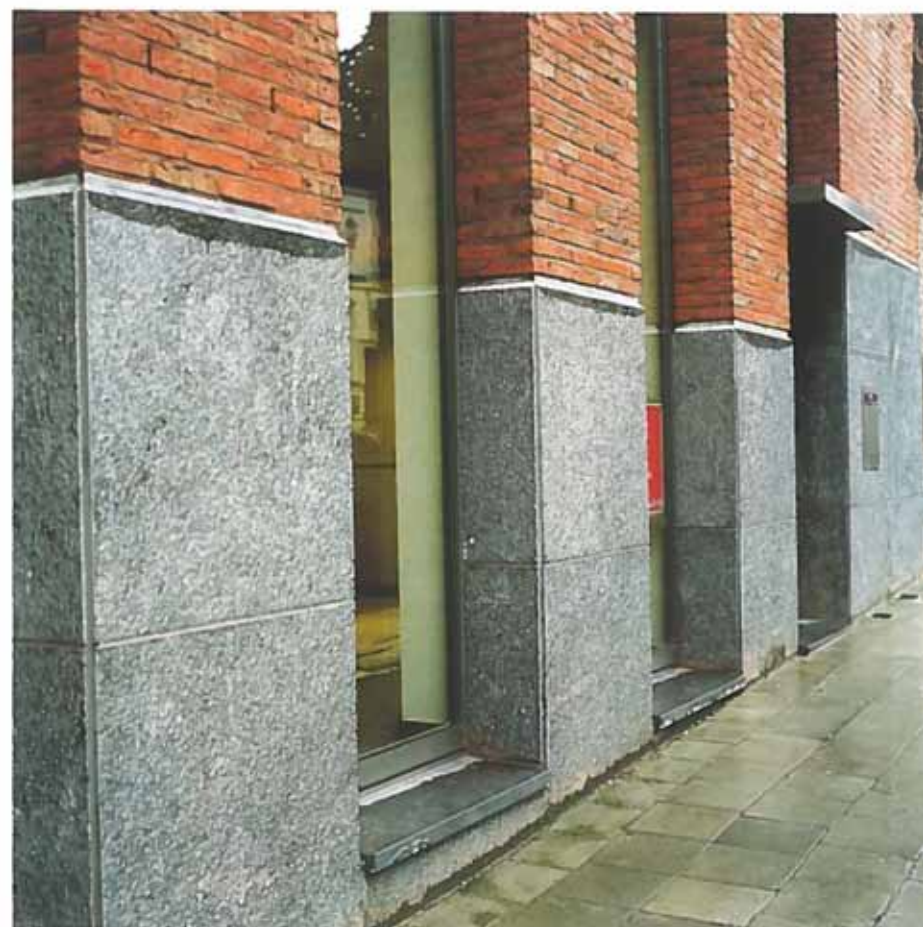
## Banque CBC à Tubize

Située en plein cœur de Tubize, le long d'un des axes de traversée de la commune, la nouvelle banque a été construite sur l'emplacement de deux anciennes maisons aux parcelles très profondes (de rue à rue).

D'emblée les architectes ont voulu que la fonction de l'édifice s'identifie clairement à travers son architecture. Il fallait trouver un langage suffisamment explicite, tout en restant sobre, pour différencier la banque des maisons voisines sans avoir recours à l'arsenal malheureusement traditionnel des enseignes lumineuses et logos en tout genre. Il fallait également tenir compte de l'image véhiculée par le groupe CBC : tradition, luxe, pureté classique. Il n'était donc pas question de se livrer à un geste architectural trop avant-gardiste.

Les architectes ont opté pour une architecture très simple, pure mais parfaitement balancée et équilibrée. Aucun geste gratuit ni ostentatoire. Comme la banque occupe l'entièreté de l'édifice, la façade pouvait clairement le signifier. Le choix s'est porté sur un matériau traditionnel, la brique. Les proportions sont particulièrement bien équilibrées. La façade est rythmée par plusieurs ouvertures verticales qui se déploient sur les deux niveaux (rez + 1). Elles abritent les fenêtres aux châssis à peine visibles, comme quatre percées nettes dans une paroi. La dalle de béton ainsi que les prises d'air entre les deux niveaux sont masquées par des grilles métalliques qui s'insèrent parfaitement dans l'ouverture sans en perturber la lecture. Au contraire elles apportent une rythmique plus nette à l'ensemble. Juste au-dessus, des garde-corps obliques soulignent davantage cette scansion et la verticalité des ouvertures.

Il fallait également travailler avec la déclivité de la rue et l'intégrer dans le travail de la façade. Ce qui a notamment été fait avec le large soubassement en pierre bleue qui, tout en participant à l'identification



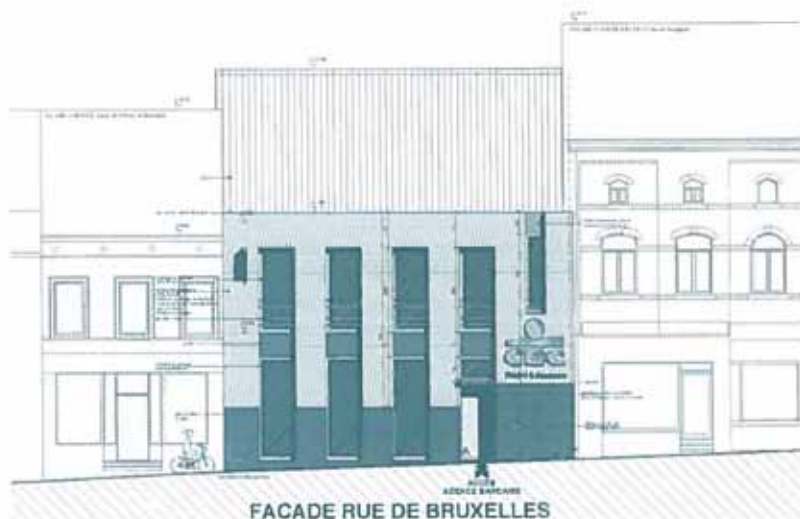
du bâtiment, permet de « masquer » les différences de niveaux pour créer quatre ouvertures identiques.

Un autre souci consistait à rendre l'entrée clairement lisible par les usagers. Pour ce faire, les architectes ont surélevé le soubassement en pierre à cet endroit.

Les différences très nettes de corniche des immeubles voisins (3 m de décalage entre la maison de gauche et celle de droite) ont également dû être récupérées, notamment en ne s'alignant pas au niveau le plus bas mais en amorçant déjà la remontée. La toiture réalisée en tuile est quasiment invisible grâce à une corniche très large qui cache l'amorce du versant. Ce traitement a permis d'accentuer l'aspect linéaire et pur de la façade.

Le traitement intérieur répond à ce même souci de sobriété, avec l'usage de quelques matériaux seulement (métal, carrelage anthracite, bois).

Il s'agit d'un magnifique exemple faisant preuve d'une économie de moyens très efficace. Il illustre très justement le « *less is more* » de Mies Van Der Rohe.





## Station service et pont restaurant à Nivelles

Situé sur l'autoroute Bruxelles-Paris (E19), cet ensemble est le fruit d'un concours initié en 1998 par le Ministère de l'Équipement et des Transports de la Région wallonne. Le programme comprenait la construction de deux stations service, de deux restaurants, de 200 emplacements de parking, d'aires de jeux et de repos.

D'emblée, le bureau d'architecture et d'ingénierie Samyn et Associés a opté pour la formule du pont restaurant réunissant les deux aires de services. Au-delà de son aspect esthétique, cette option présentait de multiples avantages dont ceux de n'occasionner qu'une très faible emprise au sol et d'établir un traitement paysager de l'ensemble du programme sans interruption visuelle. La partie restaurant se déploie de part et d'autre de l'autoroute et se termine de chaque côté par un auvent qui abrite les stations services. L'auvent principal est complété par quatre plus petits, eux-mêmes suspendus sous les porte-à-faux des poutres principales.

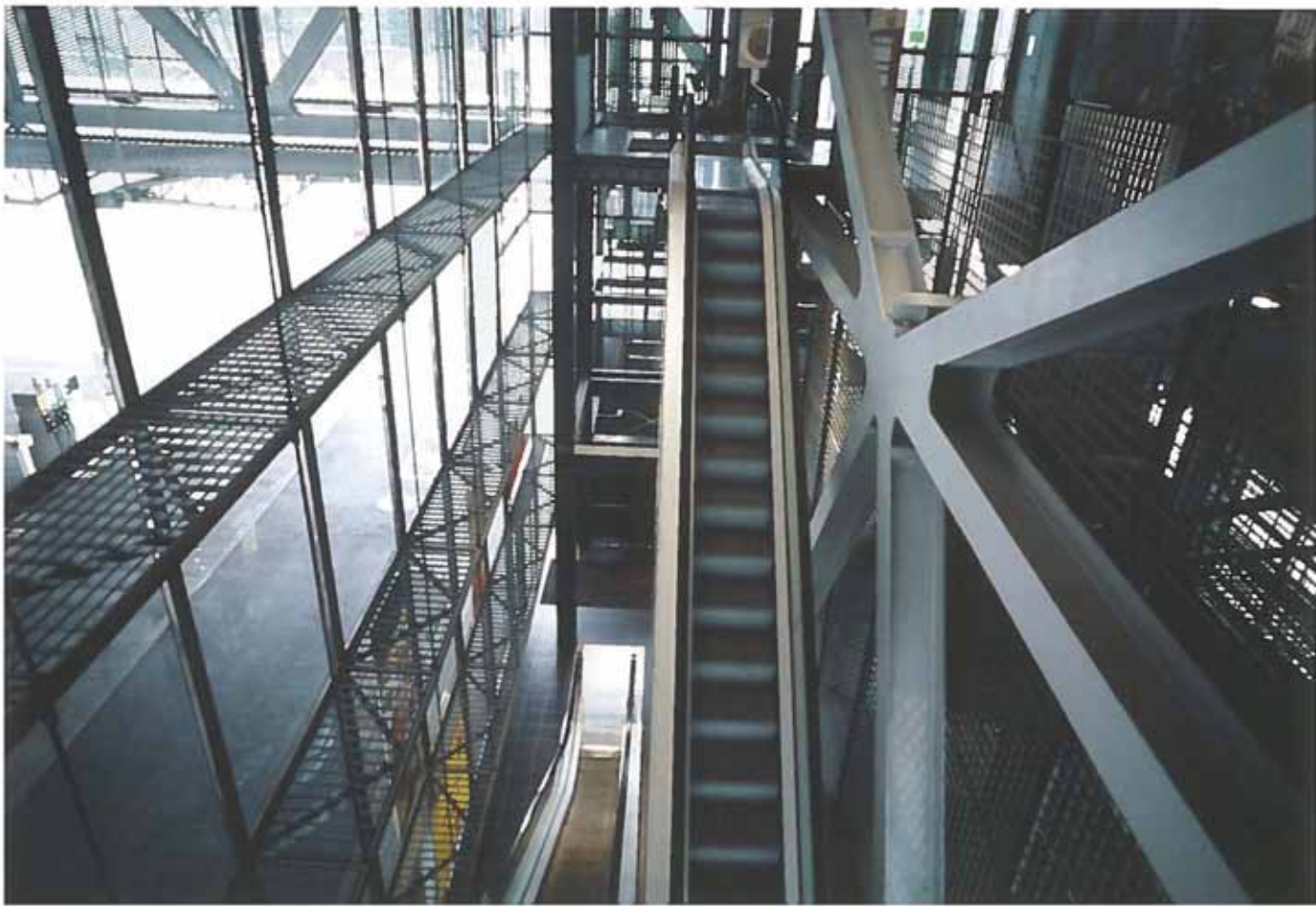
L'ensemble s'articule autour d'une structure composée de deux poutres en treillis de type Warren. Ce procédé permet de limiter la hauteur de la construction et donc de ne pas perturber le paysage. Chaque poutre treillis s'étend sur 210 mètres de long et repose sur deux appuis distants de 70 mètres.

Cet écartement a permis de préserver deux zones non bâties de 10 mètres de part et d'autre de l'axe routier. Les parois verticales du pont sont entièrement vitrées ainsi que les espaces abritant les circulations verticales. L'ensemble du bâtiment est recouvert d'un revêtement en aluminium qui joue non seulement un rôle esthétique mais qui reflète aussi la lumière de manière diffuse.

Le terrain menant aux ailes protégeant les stations de part et d'autres de l'autoroute, s'évase en délimitant l'espace au sol, comme une résonance aux parties construites. Les automobilistes empruntent un cheminement sinueux les incitant à ralentir et leur signifiant qu'ils se trouvent désormais dans une zone d'arrêt, un temps suspendu dans leur périple.

La structure et la géométrie de l'ensemble participent au sentiment d'une architecture aérienne, légère. L'architecte a réussi à annihiler l'effet frontière de la voie rapide. Le construit devient un lien, un pont, un lieu de convergence, dont la légèreté évoque aussi la dimension éphémère de l'occupation. Il s'agit bien d'un lieu de passage, de rencontre éventuelle, de croisement, dans lequel rien ne s'inscrit dans la durée. Mais il est aussi un abri, une étape, un temps de repos, un moment suspendu, au sens propre comme au figuré.







## Showroom Opel à Tubize

L'édifice s'implante le long d'une chaussée au passage rapide et sur un terrain en forte déclivité. Il était impératif de rendre le bâtiment clairement visible depuis l'axe routier (à hauteur d'automobiliste).

Pour résoudre le problème deux solutions étaient envisageables : modifier le relief de la parcelle ou au contraire surélever directement le bâtiment. C'est cette deuxième option qui a été adoptée par l'architecte. Le showroom a été construit sur pilotis. L'effet est très efficace. Le bâtiment semble littéralement surgir sous nos yeux, un peu comme s'il venait de sortir de terre.

Un autre problème très important à solutionner était l'orientation plein sud du terrain. Là encore l'option prise a été celle qui permettait une grande économie d'énergie et un respect de l'environnement. Au lieu d'utiliser une climatisation excessive, des écrans protégeant le bâtiment du soleil ont été installés sur la façade sud. Le principe est devenu un élément architectural à part entière. Il participe activement à l'esthétique de l'ensemble. L'architecte a choisi un système de vantelles en bois de cèdre n'exigeant presque pas d'entretien. Il permet de rythmer la façade et contraste avec les vastes surfaces vitrées de l'ensemble du showroom. Une toiture débordante permet également de réduire les effets du soleil haut.

La structure en acier est clairement visible et contraste elle aussi avec le bois et le verre. En outre, elle permet de voir, tout en masquant légèrement la vue et incite à la curiosité, ce qui est le but dans ce genre de fonction.

Une passerelle en acier fait le lien entre la partie haute du showroom abritant les véhicules neufs et la partie basse (sous le bâtiment) réservée aux voitures d'occasion. Une grande souplesse dans l'évolution de l'architecture a été prévue dès le départ. Les espaces sont donc polyvalents dans leur usage.





Le nouveau showroom est relié à une partie plus ancienne accessible par une passerelle intérieure. Avec les terres déplacées - très peu par rapport à la taille du bâtiment - des talus végétalisés ont été réalisés.



## L'Esplanade à Louvain-la-Neuve

Derrière ce nom presque aérien se profile en réalité un gigantesque projet abritant un programme mixte, à la fois culturel, commercial et de logement. Il s'agit également du plus grand complexe jamais réalisé en Brabant wallon accueillant une vocation commerciale. Nous n'envisagerons pas dans le cadre de cette publication, les dimensions logement et culture du projet. L'ensemble du programme s'étend sur plus de 300.000 m<sup>2</sup> auxquels il faut encore ajouter les parkings.

Son implantation en plein cœur d'une ville est une autre singularité de ce projet. Il s'agit autant, si pas plus, d'un projet d'urbanisme que d'architecture. Les architectes et urbanistes sont partis du schéma piéton préexistant de Louvain-la-Neuve. Il était indispensable de connecter le nouveau pôle à toutes les parties existantes mais aussi aux axes de communication tant ferroviaires qu'automobiles. Les raccords à la ville dans son ensemble occupent une partie primordiale du programme. Pour que ce dernier fonctionne de manière optimale, il était indispensable d'équilibrer tous les flux potentiels de circulation.

La partie commerciale de l'Esplanade se répartit d'une part dans la galerie proprement dite et d'autre part dans la rue Charlemagne, nouvel axe qui relie les deux places principales de la ville. La rue accueille des commerces aux rez-de-chaussée et des logements aux étages. À l'autre bout du complexe, le pôle culturel avec notamment les cinémas. La galerie commerciale proprement dite s'étend sur 150 mètres de long et deux niveaux en hauteur. Les moyennes unités commerciales ont été placées aux extrémités et jouent le rôle de locomotive. Il y a également un troisième niveau de magasins dans les parties d'about accessibles par escalator. L'ensemble repose sur trois niveaux de parking en sous-sol en connexions directes avec la gare d'un côté et les voiries de l'autre.

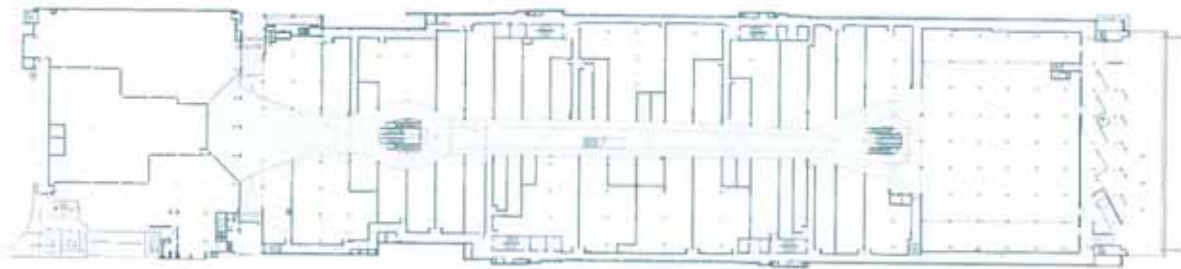
La galerie comprend 40.000 m<sup>2</sup> pour 7.000 m<sup>2</sup> de môle. Les magasins répondent à la grille commerciale traditionnelle de 8,10m x 8,10m. Les parties techniques sont disposées au troisième niveau et redistribuées par l'intermédiaire de 4 grands massifs ainsi que les couloirs de services (drainant les magasins). On y trouve également les circulations de secours.

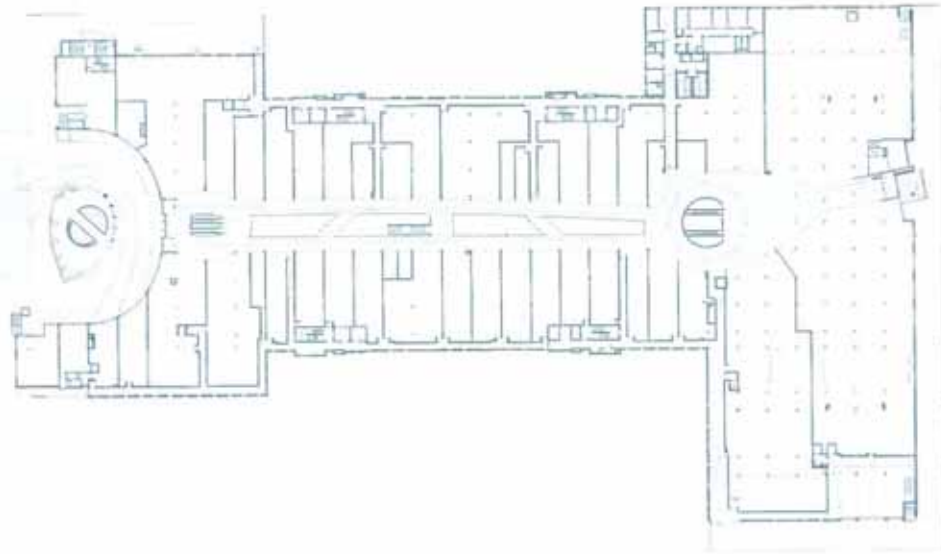
Entre la rue Charlemagne et la galerie, s'étend une place d'accueil circulaire qui sert d'articulation entre les deux entités, l'une à ciel ouvert, l'autre couverte.

Du point de vue architectural, les deux entités sont clairement distinctes avec une plus grande audace - sans doute aussi une plus grande liberté - pour la rue Charlemagne, notamment à travers les matériaux utilisés : bois, acier, brique, ce qui n'est pas courant dans la ville nouvelle.

Il aura fallu pas moins de 10 permis de bâtir introduits pour arriver au résultat final. De nombreuses discussions, notamment avec l'Université Catholique de Louvain (UCL) qui a des impératifs très contraignants, ont été nécessaires. Les architectes spécialisés dans ce type de programme ont dû démontrer la nécessité d'élaborer une architecture dont l'image évoque clairement la fonction. Ce qui manifestement n'a pas toujours été aisé, ni même possible sur certains aspects. Les impératifs étant notamment de traiter les façades avec une modénature urbaine obligeant donc les architectes à percer des ouvertures là où fonctionnellement elles ne correspondent à rien.







Les matériaux utilisés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur témoignent du soin apporté à l'ensemble (sol en marbre, acier et inox, bois pour les zones de repos et de circulation traversante...). Les deux extrémités du môle sont marquées par un traitement particulier : notamment côté place un système de niches carrées dont on retrouve une déclinaison à l'autre extrémité en dessous d'une imposante verrière.

Quant à la rue Charlemagne, présentant une certaine déclivité solutionnée par des dalles décroissantes, elle a été traitée en accentuant l'effet à ciel ouvert. Elle est donc plus large que les autres rues de la ville et affiche 16 mètres entre corniches, ce qui lui procure une respiration particulière. Le système d'enseigne est limité au minimum afin d'assurer sobriété et uniformité à l'ensemble de cet axe.

L'ensemble du programme est parfaitement dominé et soigné dans ses détails. Il marque, à tous les niveaux, le commencement d'une nouvelle tranche de vie de Louvain-la-Neuve et son évolution vers une ville à part entière. L'ensemble du projet repose par ailleurs sur une étude socio-économique très poussée et a fait appel à des experts internationaux dans de multiples domaines.



L'architecture marque clairement sa différence par rapport à celle habituellement adoptée dans la ville. Ce mouvement a été initié par la Grande Aula de Philippe Samyn et ensuite par le pôle culturel à l'autre bout de l'Esplanade. Le mouvement est poursuivi à travers l'axe Charlemagne et la galerie commerciale. Une nouvelle ère a donc commencé à Louvain-la-Neuve. Espérons qu'elle portera ses fruits et permettra dans le futur, à d'autres expériences architecturales de voir le jour.





PHIA



## Pharmacie De Valck à Court-Saint-Etienne

Il s'agit dans ce cas d'une rénovation. L'officine est située le long d'une chaussée, légèrement en retrait.

L'architecte est parti des volumes existants, deux bâtiments distincts et les a travaillés afin de les mettre en évidence. Certaines parties annexes ont été détruites. L'encadrement actuel provient de l'ancienne vitrine dont le principe a été prolongé afin d'encadrer et surtout de mettre en évidence le volume traditionnel en briques rouges situé à l'arrière plan.

Le principe de l'intervention s'appuie sur l'épuration des volumes existants et sur les jeux de contrastes entre les deux entités traitées de manière très différente : l'une plus moderniste en enduit, l'autre traditionnelle en brique. Les deux édifices dialoguent ainsi parfaitement et se mettent mutuellement en évidence.

La courbe du bâtiment le plus récent, qui n'existait qu'à l'étage, a été prolongée au rez-de-chaussée entièrement vitré à cet endroit. C'est là que se situe l'entrée réservée à la clientèle.

La zone de recul entre la rue et la maison en brique a été traitée de manière très sobre, avec un revêtement en terre cuite rectangulaire d'une section comparable à celle des briques de façade.

Une des principales préoccupations de l'architecte et du maître d'ouvrage était d'obtenir une parfaite unité entre le rez-de-chaussée et l'étage. Il n'était pas question, comme dans de nombreux commerces, de différencier le rez-de-chaussée et de le charger d'une débauche d'enseignes. Ici le projet forme un ensemble cohérent s'appuyant positivement sur ses différences.

À l'intérieur, on retrouve ce même souci de sobriété et de vérité constructives. Les officines ayant un réel besoin d'espaces ouverts, il était indispensable de casser les anciennes cloisons, mais aussi le plancher. L'architecte a décidé de magnifier cet espace et de jouer sur la puissance esthétique de la structure portante

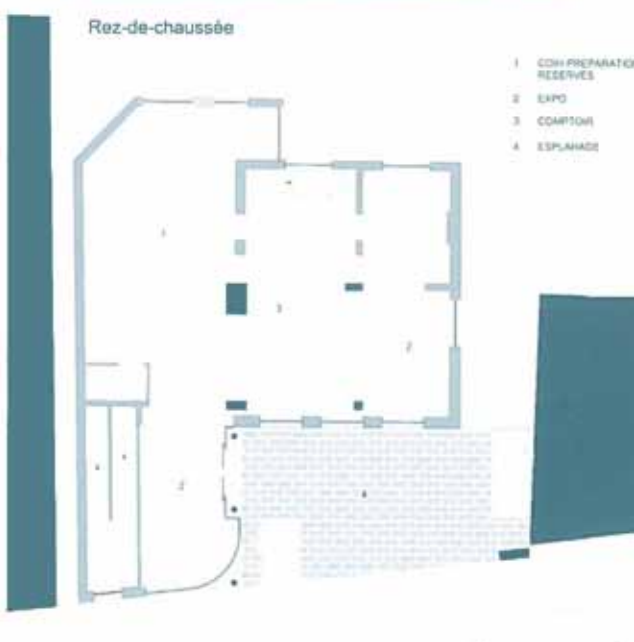
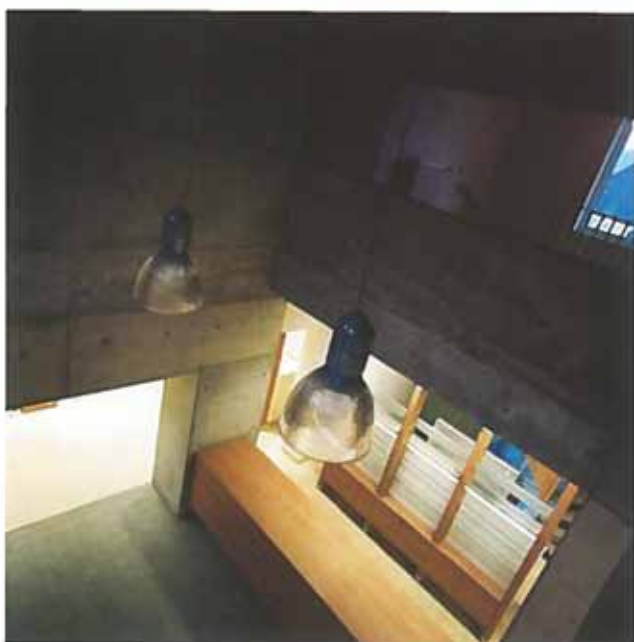
en béton. Le béton y est apparent, simplement adouci et recouvert d'un verni. Un bureau situé à l'étage communique avec l'officine par l'intermédiaire d'une percée qui répond à la logique d'ouverture, au désir de laisser le regard traverser l'espace. L'aspect traversant du projet est très important. Depuis la rue, on a une vue ouverte à travers l'encadrement en béton jusqu'au jardin situé à l'arrière du volume traditionnel.

L'architecte et l'architecte d'intérieur ont travaillé en parfaite symbiose depuis le début du projet. Ce qui explique l'unité et la cohérence de cette officine plutôt – heureusement – atypique dans le paysage brabançon.



Avant travaux







# Banque Dexia (anciennement Crédit communal) à Nivelles

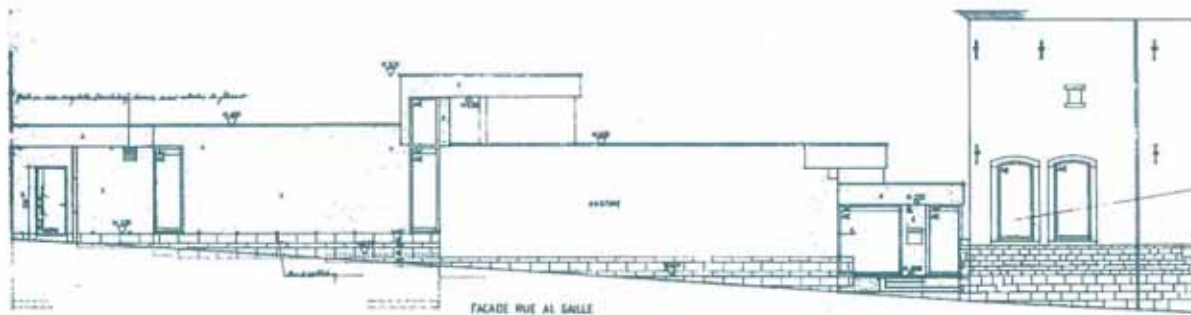
Cet édifice se trouve à proximité du centre historique de Nivelles. Il s'agit d'une extension d'un bâtiment existant très ancien (datant probablement du dix-huitième siècle) situé à l'angle de deux rues. À l'origine, l'emplacement de la partie nouvelle était occupé par le jardin arrière de la demeure historique.

L'architecte a conçu la partie nouvelle en se basant principalement sur les rapports qu'elle pouvait entretenir avec la partie existante. Les courbes qui constituent le rythme de l'extension orientent les vues vers le bâtiment principal.

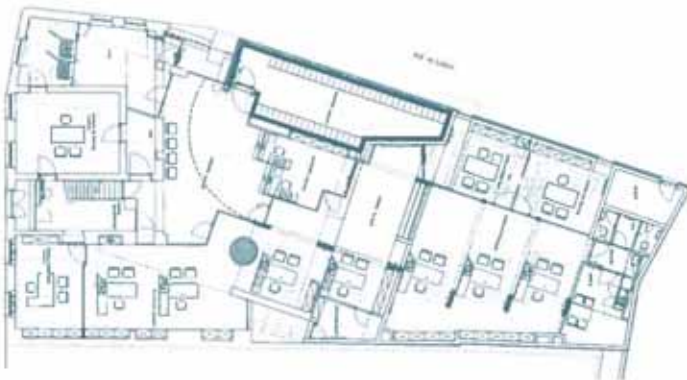
D'emblée l'enduit utilisé dans la partie ancienne s'est imposé comme matériau de façade. Ensuite, le programme et le désir de faire pénétrer un maximum de lumière naturelle a déterminé le langage formel. En effet, il était impératif pour des raisons évidentes de sécurité de construire un mur à rue quasiment aveugle. Pour éviter l'effet « grotte » et le recours excessif à l'éclairage artificiel, l'architecte a joué sur des différences de niveaux et les parties arrondies qui constituent des lanterneaux très efficaces. En outre, depuis l'intérieur, ils assurent des vues vers la partie ancienne.

L'usage des courbes constitue des contrastes intéressants avec les parties rectilignes et confère une grande dynamique à l'ensemble. Il marque également un changement d'activité dans l'espace qui n'est pas unitaire : bureaux, guichets...

Pour des raisons de sécurité et de circulation, l'entrée a été placée dans la partie latérale de l'édifice. Elle se distingue clairement par ses éléments vitrés et l'usage de la pierre bleue. Escalier et rampe d'accès sont traités avec une grande acuité dans les lignes et les sections, de manière quasi sculpturale. Ce qui fait par ailleurs la particularité de l'ensemble du bâtiment. Les jeux de masses, de courbes et de lignes droites,



l'enduit blanc souligné par un léger repli de toiture et le sous-bassement en pierre bleue, le fait que rien ne dépasse du plan de la façade... identifie très distinctement cette architecture et lui confèrent une puissance formelle et une présence singulière. A la pureté de la façade répond une grande sobriété des espaces intérieurs où l'usage de la pierre bleue contraste avec le blanc de l'enduit. La lumière sculpte l'espace et constitue un élément à part entière du projet. Un bel exemple d'architecture qui se suffit à elle-même pour identifier le caractère de la fonction qu'elle abrite.



Initiative :

Province du Brabant wallon

le Député permanent Baudouin le Hardÿ de Beaulieu

Réalisation :

Centre culturel du Brabant wallon - Maison de l'Urbanisme

Auteur : Anne Norman

Graphisme : [www.designbysign.com](http://www.designbysign.com)

Impression : orchestre communication - [www.orchestre.be](http://www.orchestre.be)

Editeur responsable : H. Champagne, fonctionnaire de l'information,  
Province du Brabant wallon, bâtiment Archimède,  
av. Einstein, 2 - 1300 Wavre.

Imprimé en Belgique

D/2006/8355/1

© Tous les droits de reproduction, de traduction et d'adaptation (même partielle)  
sont réservés pour tous pays.



A l'initiative de la Province du Brabant wallon

Réalisation:

Centre culturel du Brabant wallon & la Maison de l'Urbanisme



