

Visual Merchandising Trends®

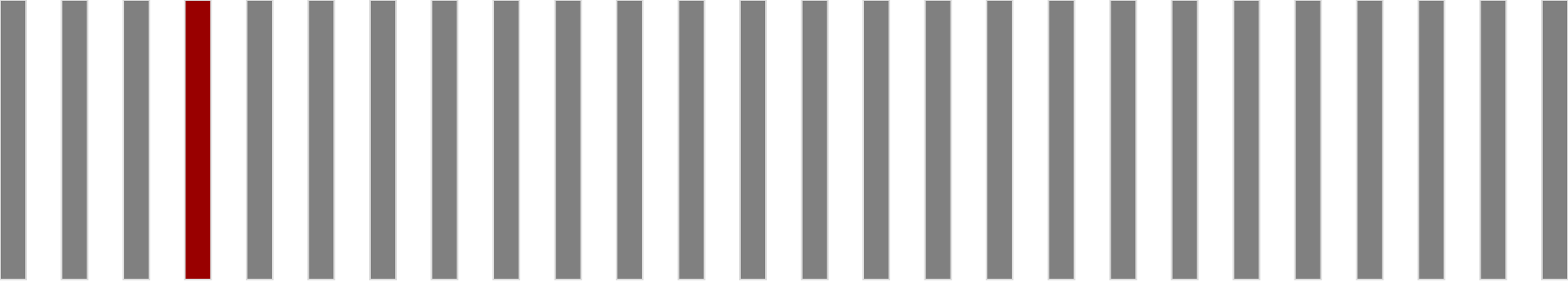
Le premier cahier de tendances dédié à l'architecture commerciale, au design et aux nouvelles technologies point de vente



#10

Mai 2011

Une publication trimestrielle conçue et réalisée par Elizabeth Marq. Tous droits de reproduction réservés



CAHIER 1 | LE LABORATOIRE A IDEES



Pour la nouvelle agence BNP Paribas (voir aussi article p.120), Bernard Pictet a créé des cloisons de verre cinétique. Ces parois semi transparentes filtrent la lumière et la vue de manière à séparer deux espaces sans « effet de mur ». Lors du déplacement de l'observateur, elle crée un effet textile mouvant et diaphane dont la perception est douce et pourtant très présente.

Le « verre cinétique » s'inspire du mouvement « Œil moteur-art cinétique » né dans les années 1950, représenté par des artistes tels que Jésus-Rafael Soto, Carlos Cruz-Diez, Bridget Riley, Yaacov Agam, Victor Vasarely ... qui ont proposé de nouvelles modalités de perception liées au mouvement de l'observateur et aux illusions optiques. Le verre, alors qu'il en est le vecteur idéal, a été très peu utilisé par ce courant artistique. Il peut enrichir cette esthétique par les effets qui lui sont propres : transparence, couleur, opalescence, réflexions...et créer de surprenants effets optiques : profondeur, vibration, mouvance et scintillement, apparition disparition dont la perception est provoquée par le mouvement de l'observateur. Le verre cinétique offre également la possibilité de doser précisément l'effet filtrant ou réfléchissant et lui confère donc une valeur d'écran et d'apport solaire réglable. Cette technique brevetée, mise au point par l'Atelier, peut être utilisée comme parement opaque, cloison transparente ou translucide et façade.



J'ai eu le bonheur de rencontrer Bernard Pictet à son atelier de la rue Oberkampf à Paris en mars: c'était à l'occasion d'une visite/conférence qu'il a acceptée de donner aux étudiants en retail design de Strate College. Une visite qui leur a permis de « toucher du doigt » la beauté de ce matériau multiple (les échantillons sont tous plus sublimes les uns que les autres) et de comprendre que l'innovation n'était pas un vain mot pour Bernard Pictet qui en a fait sa philosophie depuis 30 ans!

Quelle était la mission qui vous a été confiée spécifiquement lors du projet de l'agence BNP Paribas?

La mission confiée à l'Atelier Bernard Pictet par Zovox pour l'agence de la BNP Paribas était la création de totems avec effet de vibration transparent et réfléchissant afin d'une part, de déstructurer l'espace et d'autre part, d'intriguer et d'étonner.

Quelle était la difficulté majeure à laquelle vous avez dû faire face et comment l'avez-vous solutionnée?

L'Atelier Bernard Pictet s'est heurté à deux difficultés sur ce chantier : La première difficulté était la dimension des totems. La demande était de créer des totems de 3,40 m de hauteur. La taille maximum que l'Atelier peut réaliser est de 2,95 m. L'Atelier a résolu le problème en réalisant chaque totem en deux parties avec une jonction sur le haut.

La seconde difficulté était de donner un effet de réflexion et de transparence. L'Atelier a trouvé une solution en resserrant et en élargissant le rythme de la trame..