



Rémi Babinet
Président d'EURO RSCG BETC

« Nous avons toujours eu du mal à nous imaginer rangés durablement dans les bureaux d'une impeccable banlieue réservée aux bureaux. Très vite après la création de BETC nous avons eu envie de trouver un endroit chaleureux dans un vrai quartier. Nous voulions plus d'espace, plus de lumière, plus de fluidité et nous avions une vision du lieu de travail idéal très éloignée de celle qui semble présider à la conception du bureau traditionnel ; plus proche du plaisir, du confort et de la liberté qu'on peut trouver chez soi. L'autre ambition était de retrouver pour la grosse agence que nous sommes devenue la vitesse d'une petite agence. Et c'est parce que nous avions la croyance en commun qu'un lieu influe directement sur la façon de vivre et de travailler que nous avons commencé à chercher. La quête du bâtiment idéal a duré 3 ans. Après un détour par une ancienne école à Clichy et un bâtiment industriel à Barbès, construit au début du siècle, nous avons découvert cet ancien grand magasin sur cinq étages au cœur du 10^e arrondissement, transformé dans les années 60 en magasin de meubles. Désaffecté depuis 15 ans, il était réduit à l'usage de parking. C'est d'ailleurs un trait extraordinaire de ce bâtiment que d'avoir presque complètement disparu aux yeux du quartier.

Invisible sur l'arrière, côté boulevard de Strasbourg, quasi aveugle sur ses deux grands côtés (le long d'une cour au sud, en retrait du passage du Désir, au Nord) pratiquement masqué par une casquette en faux marbre, côté Faubourg-Saint-Martin, il était fermé comme un coffre. D'où ma surprise en le visitant : la générosité des proportions, la puissance des plateaux superposés, la hauteur sous plafond : de l'ensemble se dégageait une grande force et des possibilités exceptionnelles. Sans parler de la vue somptueuse sur Paris qu'il offrait de sa terrasse. Un lieu fort, un quartier bruisant et nerveux, ce bâtiment nous a tout de suite fait rêver et nous lui avons consacré toute notre énergie, sachant qu'il nous la rendrait au centuple, une fois les travaux terminés.

On verra. Pour l'instant, il faut rester patient, le bâtiment n'est qu'une carcasse éventrée, transpercée par la flotte et les marteaux piqueurs. »

Frédéric Jung
Architecte

« Reconvertir un bâtiment, c'est rendre le lieu réactif, susceptible d'accueillir une nouvelle proposition, un imaginaire différent, une greffe. C'est tisser des liens entre potentiels du "déjà-là" et désirs (utilisateurs, architecte...), c'est croiser matière et projection.

Nous ne sommes pas dans la démarche d'archéologues qui chercheraient une restitution mythique du bâtiment d'origine mais dans la quête des pérennités qui nourriront le projet, même à travers le conflit. Notre travail est moins scientifique, plus sensible.

Parmi toute une série de propositions faites par le lieu lui-même, il faut choisir celle qui va le mieux correspondre aux besoins des nouveaux résidents. Il ne s'agit pas de maquiller ni de masquer le bâtiment. Il faut lui rendre sa lisibilité, chercher ses points forts, ses éléments pérennes, sans pour autant être une stricte révérence envers son passé.

BETC voulait un lieu atypique pour ses locaux, loin de l'image du "sacro-saint bureau". Un lieu qui soit généreux pour le travail au quotidien avec de grands espaces communs conviviaux et à la fois ouvert sur la rue, réellement ancré dans la cité. Les réponses du bâtiment étaient fortes, bien que marquées par les interventions récentes : clarté de vastes plateaux pour une organisation fluide, qualité de la lumière ou encore anciens atriages d'origine (un grand magasin du début du siècle) à réouvrir pour créer les conditions spatiales d'une communication nouvelle entre les équipes créatives et commerciales.

Nous avons multiplié les types d'espaces ; à côté des open-spaces, des petits salons, des boxes accueilleront les nécessaires moments d'isolement. Nous avons aussi colonisé les terrasses de toit qui deviendront un haut lieu de l'agence et organisé le cinquième niveau autour de cette sublime vision de Paris pour créer le café ou la "médiathèque". Le plus possible, nous avons cherché la simplicité, la sobriété et privilégié le côté brut des matériaux, acceptant l'inscription d'une écriture architecturale contemporaine de la structure ancienne révélée.

L'intervention la plus lourde concerne la façade latérale, passage du Désir, reculée de 6 mètres par rapport à sa limite initiale. Cette coupe abstraite (un pan de verre de 400 m²) dans le bâtiment fait pénétrer la lumière, révèle l'activité de l'agence depuis le passage et offre une fenêtre sur la ville.

Une dernière "politesse" au quartier est l'idée de faire du rez-de-chaussée de l'immeuble un espace public ouvert à tous. »

Tony Dreyfus
Maire du 10^e

« Je ne vois que des avantages à l'arrivée de l'agence BETC - l'une des filiales phares du Groupe EURO RSCG - rue du Faubourg-Saint-Martin, dans les anciens magasins LEVITAN longtemps désaffectés.

Pour moi, ces magasins représentaient la tradition commerciale et populaire de l'arrondissement, lieu de vie et d'échange. La crise économique et son incidence sur les transactions immobilières ont provoqué la fermeture de ce site, comme malheureusement de bien d'autres espaces dans le centre de Paris. Comme Maire, j'aurais été désolé qu'à son tour, il devienne un entrepôt ou un parking. BETC lui offre un nouveau départ en s'installant dans ses murs. La publicité est une activité créative, bouillonnante et je crois que les salariés de l'agence auront l'imagination stimulée en se frottant à leur nouvel environnement!

Le 10^e arrondissement, c'est un petit New York ! Le plus multiculturel des quartiers de Paris. Communautés turques et indiennes, tamoules ou chinoises s'y sont installées, renforçant le caractère "melting-pot" de l'arrondissement. Et je ne connais pas d'autre quartier qui offre aux promeneurs autant de souvenirs, de cours secrètes, de passages et de bâtiments classés.

J'ajouterai qu'avec la proximité des gares du Nord et de l'Est, on se retrouve au cœur de l'Europe et, avec les nombreuses lignes de métro et le RER, dans un quartier particulièrement facile d'accès. En me projetant dans quelques mois, j'espère que les clients de BETC qui visiteront l'agence n'auront qu'une envie : s'installer eux aussi dans ce quartier extraordinaire. Il reste encore quelques lieux à l'abandon qui, eux aussi, mériteraient de reprendre vie. »

M. Valoatto
Président de SARI
(agence de promotion immobilière spécialisée dans les immeubles de bureaux)

« Je dirais de l'immeuble de BETC qu'il est à tout point de vue intelligemment original. D'abord par sa situation. Dans son environnement, il n'y a pas un seul immeuble de bureaux. Ce sera le tout premier, mais je prends les paris que dans un proche avenir d'autres sociétés suivront dans le 10^e. Le quartier est en train de se réveiller, le standing monte.

Visionnaire, l'agence BETC a senti le vent tourner et su anticiper. Et c'est finalement assez logique que ce soit une agence de communication qui révèle le potentiel d'un secteur vers lequel les promoteurs ne se bousculaient pas jusqu'à présent. Ça me rappelle l'épopée d'Issy-les-Moulineaux qui abrite aujourd'hui des entreprises comme Canal+ ou TF1.

Quel promoteur aurait pu imaginer à l'époque un tel développement dans cette banlieue de Paris ?

Ensuite, le produit lui-même est très intéressant.

Transformer un magasin de meubles en immeuble de bureaux permet de disposer d'espaces qui ne sont pas standards : il y a de la hauteur, de la profondeur, de grands plateaux que l'on peut découper, ciseler au plus près de la demande des utilisateurs. Tout est possible : laisser l'espace ouvert, le cloisonner partiellement ou plus, envisager l'aménagement de show rooms, ce qui n'est pas possible dans un immeuble de bureaux traditionnel. Enfin, l'opération immobilière est assez exemplaire dans son déroulement. On s'écarte du schéma classique qui veut qu'un promoteur spéculer sur la valeur d'un immeuble, l'achète, le restructure, puis le commercialise : il ne connaît pas à l'avance ses clients ce qui l'entraîne à définir la fonctionnalité des lieux sans pouvoir tenir compte des envies précises des occupants. Ici, nous connaissions le nom de l'utilisateur final dès l'origine. La procédure de la clé en main locatif a permis de faire du "cousu main" avec BETC.

Les lieux correspondent, et se sont adaptés aux demandes particulières de l'agence. On voit ça dans le dimensionnement des halls, la somptueuse terrasse rendue accessible, l'absence de climatisation ou les performances exceptionnelles de l'immeuble en matière acoustique.

Je trouve aussi très étonnant, le décalage entre la façade en pierres de taille du bâtiment plutôt austère, "Napoléon III" et le projet d'aménagement intérieur très moderne, tourné vers l'an 2000, qui reflète la dynamique et la jeunesse de la société qui va s'y installer. »

Nathan Starkman
Directeur de l'APUR (Atelier Parisien d'Urbanisme)

« Il est très satisfaisant qu'un ancien bâtiment d'activités en déshérence soit à nouveau occupé. D'autant que cet édifice présente des grandes qualités architecturales.

Dans tout ce secteur du 10^e arrondissement, il est l'un des seuls construits au début du XX^e siècle : le reste du quartier est dans son ensemble plus ancien, plutôt modeste et plat. Ce bâtiment ajoute de la diversité au patrimoine architectural très XVIII^e siècle du quartier. Plus haut que l'ensemble des immeubles qui l'entourent, bien dessiné, avec des volumes et des surfaces très agréables, et une vue panoramique exceptionnelle sur Paris depuis son toit, il méritait qu'on lui restitue son esthétique, dégradée par des années de mauvaise occupation.

L'arrivée d'une agence de publicité dans le faubourg va aussi diversifier le type d'activités d'un secteur de Paris humainement très vivant, mais qui souffre d'une trop grande spécialisation dans le seul domaine de la confection bas de gamme. C'est une ouverture très positive. Ça va doper le quartier, créer de l'attraction, du mouvement. Des gens qui n'y avaient jamais mis les pieds vont découvrir les charmes d'un quartier dont la valeur historique est encore très sous-estimée. On est au début d'un processus, d'une reconnaissance. Peut-être comme le Marais, dans les années 60. Il est un peu tôt pour le dire. Ce qui est sûr c'est que le 10^e arrondissement va bouger dans un proche avenir. Je pense aux gares du Nord et de l'Est toutes proches qui vont se développer, à l'hôpital Saint-Lazare, vide pendant des années, où 2000 étudiants en psychologie vont s'installer à la rentrée 2000 ou encore au fantastique musée des Arts et Métiers, dont la réouverture est imminente.

Je vois aussi dans le déménagement de l'agence BETC le signe d'une évolution des valeurs. Traditionnellement, les agences de publicité sont installées à l'Ouest de Paris, dans les beaux quartiers, à proximité des adresses des dirigeants ou des sièges des annonceurs. Là, le choix est de revenir au centre-ville, au contact des gens de la rue. »

Reine Kazoula
Patronne du bar-tabac
"Au Coq d'Or", 88 rue
du Faubourg-Saint-Martin

« J'aime rire, plaisanter, les ambiances familiales où tout le monde se connaît et s'interpelle. Les clients qui ont toujours un petit mot, une bonne phrase. C'est ce qui m'a motivé avec mon mari à prendre ce bar-tabac, au cœur du 10^e arrondissement, il y a six ans, dans un quartier particulièrement réputé pour son animation.

Le fait qu'une agence de publicité s'installe dans ce grand bâtiment situé en face du café, qui était fermé depuis si longtemps, me fait vraiment très plaisir.

Il était temps que la vie reprenne dans ces murs vides. Tous les commerçants du quartier suivent les travaux et se réjouissent de l'arrivée de nouveaux "voisins", même si en ce moment le bruit des marteaux piqueurs nous secoue un peu. Tous mes clients me disent avec un petit sourire : "C'est bon pour vous!" »

