

M.X Paris

JOUE LA SURPRISE

Au cœur de la capitale, la boutique MX Paris a ouvert mi-2017 pour présenter la première collection de la marque éponyme du créateur Maxime Simoëns. Sur ses deux niveaux et ses 130 m², elle étonne les visiteurs. Ce qui explique, sans doute, que le jury du concours Paris Shop & Design l'ait retenu cette année parmi les finalistes.

PAR BENOÎT DELOL

M.X Paris LE CONCEPT.

«MX Paris est une marque qui s'adresse à l'homme, urbain, moderne, avec des modèles permanents déclinés à chaque saison selon un thème: le sport pour la première, puis les minéraux, les néons et, cet été, les jeux vidéo», indique Jérôme Marchegiani, le responsable du magasin.

Le concept boutique traduit fidèlement cette identité. La masculinité ? Au rez-de-chaussée, le sol est en béton ciré, les murs et le mobilier sont tapissés de dalles de béton (de 6 mm d'épaisseur, éditées par Concrete LCDA), le plafond est peint en noir et de l'inox brossé habille la devanture. La modernité ? L'éclairage décoratif est réalisé en leds (façon tubes néon) et deux grands écrans diffusent les vidéos de la collection. Le sportswear ? «Au rez-de-chaussée, c'est l'esprit d'un vestiaire, explique Nicolas Bouisson, architecte chez Forall Studio. Les bancs sont en lattes de bois, les présentoirs ressemblent à des podiums, un meuble vitrine rappelle les casiers des salles de sport. Au sous-sol, c'est l'univers des douches, avec des murs recouverts de carreaux blancs.» Budget total : 330 000 € HT, un montant raisonnable à ce niveau de gamme.

MUR EN BOIS ET SPOTS NOIRS. La prédominance de matériaux bruts et froids (béton, inox, chrome, miroirs) est compensée par l'utilisation de lattes de chêne sur certains murs et le choix de lumières chaudes pour l'éclairage, surtout pour les spots.

PRÉSENTOIR PODIUM. Simples en apparence, les présentoirs inspirés des podiums sportifs ont nécessité une vingtaine de versions. Le défi à relever : accueillir (et stocker) des produits très différents les uns des autres, les collections de Maxime Simoëns comprenant de la maroquinerie, des bijoux, des bougies...



L'ACCES AU SOUS-SOL. Le créateur Maxime Simoëns souhaitait présenter ses collections sur deux niveaux, et non consacrer la cave au stockage. Mais comment donner envie aux visiteurs de descendre ? Le cabinet Forall Studio a fait un choix audacieux. «Alors qu'il n'existait qu'un petit escalier en colimaçon, nous avons ouvert une large trémie pour faire passer un escalier aux normes et ouvrir un lien visuel entre les deux niveaux, quitte à perdre en surface d'exposition au rez-de-chaussée», explique l'architecte Julien Pilon. Le décor joue ensuite le rôle de panneau indicateur : «les tasseaux de bois sur le mur forment un coude qui plonge vers la cave et la trame de néons, orientée depuis la caisse en direction de l'escalier, passe du plafond au mur.» Résultat : la moitié des clients descend spontanément. Les vendeurs se chargent des autres, aidés par le merchandising : certaines pièces exposées au rez-de-chaussée sont déclinées au sous-sol.

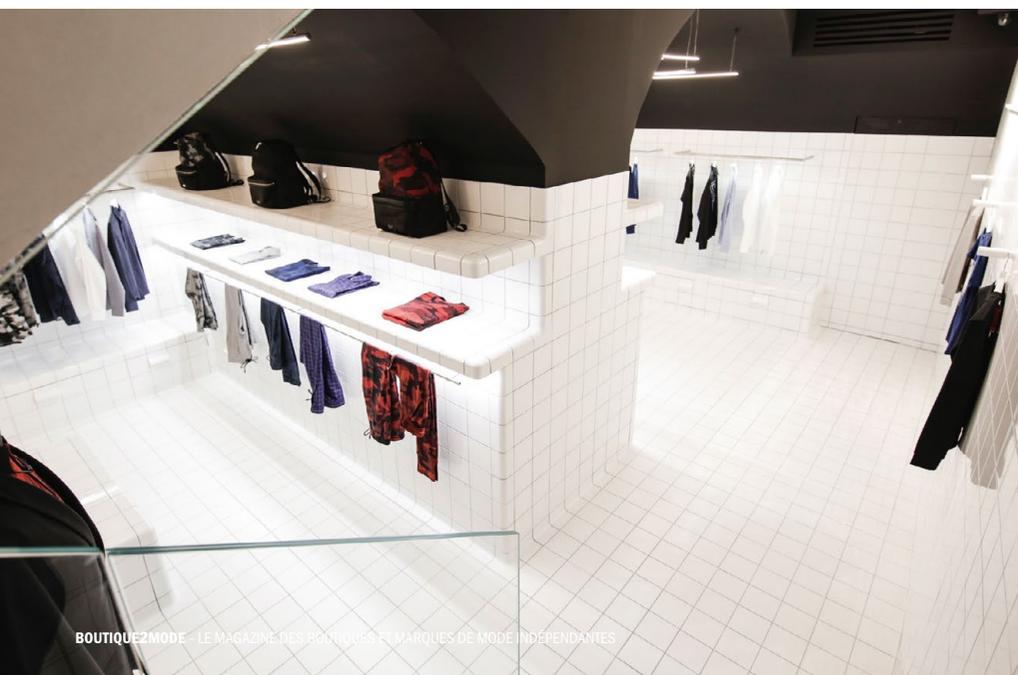


LA DEVANTURE. Dans ce quartier ancien qu'est le Marais, une devanture tout inox est inattendue. «*Nous avons dû faire valider ce choix par un architecte des bâtiments de France, raconte Nicolas Bouisson. Il nous a demandé de respecter l'identité des deux immeubles qui abritent le magasin, d'où une différence de hauteur et de motif: le rappel des tasseaux de bois des murs intérieurs n'existe en façade que sur la gauche.*»



LES CABINES D'ESSAYAGE.

Idée aussi amusante qu'osée: le meuble cabine du rez-de-chaussée (refait trois fois), constitué de miroirs sans teint ! «*Les clients partis se changer ont la surprise de voir ce qu'il se passe en boutique...*», constate Julien Pilon. En sous-sol, même esprit «*subtilement subversif*»: la vitre sablée de la cabine permet de deviner la silhouette des clients...



LES CAVES. «*Avant de descendre, les clients ne s'attendent pas du tout à ça!*» Il n'est pas difficile de croire Jérôme Marchegiani: les deux caves qu'ils découvrent sont habillées jusqu'à mi-hauteur de carreaux de faïence blanche. Une dizaine de pièces différentes (éditées par DTile) auront été nécessaires pour enrober murs, étagères, bancs et sol (en version mate et antidérapante pour ce dernier). La finition est parfaite: difficile de voir les tiroirs de rangement pour les sous-vêtements, dissimulés dans les assises, ou la porte qui donne accès à une troisième cave, dédiée au stockage. La chasse aux ombres est efficace grâce aux rubans de leds intégrés aux étagères et aux portants. La lumière venant de la trémie offre un «*effet cathédrale*» qui évite une sensation d'étouffement.