



LAURENT MOUTINOT

Développer l'exiguïté

ARCHITECTURE
Images fortes

EXTENSION INDUSTRIELLE
Clarins en beauté

EXTENSION INDUSTRIELLE

Clarins en beauté

Au bénéfice d'une croissance record ces dix dernières années, Clarins Suisse, une grande marque de cosmétiques, s'est dotée d'un nouveau siège administratif et commercial à Plan-les-Ouates, dans une zone industrielle en pleine expansion.

Plan-les-«Watches»: c'est ainsi qu'un quotidien genevois a rebaptisé, il y a quelques mois, ce petit eldorado industriel, coincé entre l'autoroute de contournement et la frontière française. Une appellation qui n'a pas pris une ride lorsque l'on examine la liste des locataires actuels ou à venir de la zone industrielle de Plan-les-Ouates: Piaget, Rolex, Vacheron-Constantin, Cartier, Patek Philippe, ces grands fabricants de montres voisinant avec d'autres sociétés de renom comme L'Oréal. Ce succès est d'abord lié à un facteur économique: au droit de superficie généreusement accordé par l'Etat pour une durée de 80 à 90 ans s'ajoute un loyer annuel qui oscille entre 100 et 200 francs le mètre carré. Une somme que vous devez déboursier chaque mois si vous vous installez au centre-ville... Mais la situation de la zone, à deux pas de l'aéroport et de l'autoroute de contournement, est également un plus pour des sociétés qui travaillent beaucoup à l'export.

Une implantation mouvementée

Clarins Suisse, société leader dans le domaine des soins sélectifs (voir encadré), fait partie des anciens locataires puisque son implantation sur la zone remonte à 1989. A l'époque, cette toute nouvelle filiale du groupe international se contente d'acquérir sept cents mètres carrés de dépôt et mille cinq cents mètres carrés de bureaux



Photos: François Busson

dans le bâtiment de l'entreprise Jaquet, spécialisée dans la fabrication de circuits électroniques. Dès le milieu des années nonante, les locaux se révèlent trop exigus et Clarins songe à s'étendre en construisant un nouveau bâtiment. En 1996, l'incendie du bâtiment Jaquet, suivi de la faillite de l'entreprise du même nom, leur permet dans un premier temps de racheter les trois étages du bâtiment. Mais la place manque toujours et surtout, l'image de marque du groupe s'accommode mal de ce parallélépipède de béton industriel sans grâce. L'extension prévue va donc se réaliser et c'est le cabinet d'architecture genevois Renaud Dupuis qui est mandaté pour édifier un deuxième bâtiment qui, au-delà de sa fonctionnalité, doit constituer une vitrine représentative de la société.

Un développement rapide

Patrick Schwab, directeur financier, nous explique dans quel contexte s'est effectuée cette réalisation: «C'est en partie parce que nous payons le terrain moins cher que nous avons pu investir dans une architecture ambitieuse représentative du standing de Clarins. L'entité suisse, créée en 1989, est chargée de la distribution sur le marché helvétique depuis 1991 des produits que nous fabriquons en France ou que nous distribuons pour le compte d'autres grandes marques. En outre, depuis 1994, la division internationale livre tous les «duty-free» d'Europe. Avec un

chiffre d'affaires annuel avoisinant les 80 millions de francs, nous sommes aujourd'hui leader en Suisse dans le secteur des soins sélectifs. C'est cette expansion remarquable qui nous a conduits à développer le site de Plan-les-Ouates.»

Pourquoi la Suisse?

Mais au fait, pourquoi Clarins, société française, a-t-elle choisi la Suisse pour y implanter une unité commerciale aussi conséquente? A cette question, Patrick Schwab se contenterait bien d'une

réponse en forme de «Pourquoi pas?». Mais il précise tout de même que pour un groupe originaire d'un pays où la fiscalité sur les sociétés est particulièrement lourde, l'attrait de la Suisse est indéniable. Pour aussitôt se plaindre des contraintes qu'impose la situation de notre pays, à l'écart de l'Union européenne: «Nos produits sont distribués dans 500 points de vente (grands magasins, droguistes et pharmaciens) et cinq instituts en Suisse, auxquels s'ajoutent les boutiques de différents aéroports européens. Or, nous perdons à chaque fois deux jours de dédouanement lorsque nous voulons approvisionner nos duty-free.»

Une architecture ambitieuse

Renaud Dupuis collabore avec Clarins depuis huit ans. En 1994, il a été chargé du réaménagement du premier étage de l'ancien bâtiment Jaquet. Il nous résume les tenants et aboutissants de son projet: «L'extension de cette construction a été menée avec la volonté très claire d'améliorer l'image générale du site. Il s'agissait de rester dans l'alignement de l'ancien bâtiment et de le clore, tout en développant la qualité architecturale de l'ensemble. La coupe particulière de la deuxième construction est liée à l'arrondi de la façade cintrée qui rappelle les deux parenthèses horizontales dans lesquelles s'inscrit le logo de l'entreprise. J'ai volontairement dissocié la partie stock qui s'inscrit dans un parallélépipède de 5,5 mètres de long et 2,5 mètres de large.»



Le nouveau bâtiment a été conçu avec une claire volonté d'améliorer l'image générale du site.



Une double passerelle verre-métal assure la liaison entre le nouveau bâtiment et l'ancien.



Du béton pour le stock

Les murs de ce dépôt, presque borgnes, sont en béton blanc teinté dans la masse. Ils ont été coulés en plusieurs panneaux de huit mètres sur huit. Le stock pouvant abriter six étages de palettes avec six tonnes d'appui au mètre carré, il n'était pas question d'excaver la structure, sauf à couler une dalle d'un mètre d'épaisseur. Il repose donc sur un radier épais et de grosses semelles, contrairement à la partie arrière où se situent les locaux techniques et le quai de chargement qui a été excavé. Le garage souterrain, déporté hors de l'emprise au sol du bâtiment, a été aménagé sous les places de parc extérieures, devant le bâtiment. La partie «picking» où l'on emballe les produits est située au premier étage. Elle est vitrée en hauteur de manière que les rayonnages ne soient pas visibles de l'extérieur tout en conservant un bon éclairage naturel. A l'intérieur de la façade cintrée vitrée, qui mord sur ce parallélépipède de béton, se trouvent le hall d'entrée et un dernier étage de bureaux.

Du verre pour l'administratif

Comme le souligne Renaud Dupuis, c'est bien sûr cette façade cintrée qui présente l'intérêt constructif le plus marqué: «Sa structure métallique est volontairement très légère. Comme elle repose sur des mâts de seize mètres de haut très fins qui n'auraient pas résisté à la pression du vent, elle présente un haubannage vertical pour éviter toute

déformation de la façade. C'est exactement le principe d'un mât de bateau haubané pour supporter la force de la voile. Latéralement, c'est l'escalier principal qui joue le rôle de contreventement aux piliers creux abritant les gaines de ventilation. Le choix de cette façade arrondie a permis de bien dissocier et de mettre en évidence les zones de travail et de réception, ainsi que la nature des différentes activités pratiquées dans l'immeuble.» En outre, une double passerelle triangulée par des bras métalliques, dans l'esprit de la façade, relie les étages de bureaux et d'entrepôts des ancien et nouveau bâtiments. Les élégantes cheminées de ventilation en inox sont également là pour renforcer l'atmosphère maritime dans laquelle baigne cette réalisation.

Alternatives à la climatisation

Le bâtiment ne pouvant être climatisé, toutes les solutions techniques possibles ont été utilisées pour le rafraîchir en été et le chauffer en hiver. Sous le dépôt, un «puits canadien», constitué de tubes de vingt centimètres de diamètre dans lesquels transite l'air ventilé, permet de tempérer ce dernier avant son introduction dans le circuit de ventilation. Selon la saison, on gagne ainsi trois degrés en plus ou en moins. Cet air est d'ailleurs graduellement réutilisé en passant des surfaces

administratives à celles des dépôts pour finir dans le garage souterrain. L'eau de pluie, stockée dans un réservoir sous le quai de chargement, est remontée par un surpresseur en toiture afin de pouvoir l'arroser en été pour rafraîchir le deuxième étage. Enfin, la façade vitrée orientée sud-ouest est équipée de stores régulés automatiquement comme l'ensemble des installations de régulation du climat (ouvrants en façade, coupoles en toiture...).

Extension: étapes futures

Mais ces 18 mois de chantier et ces 15 millions investis ne devraient représenter qu'une étape dans l'extension de Clarins. Un permis de construire a d'ores et déjà été déposé pour édifier une troisième halle en bois à l'arrière du nouveau bâtiment, et des négociations sont en cours pour en acheter un quatrième à une société limitrophe. Evidemment, ces développements successifs peuvent paraître un peu anarchiques. Mais ils s'expliquent par l'expansion difficilement prévisible d'une société qui a vu son chiffre d'affaires passer de 5 à 80 millions en une douzaine d'années. Il aurait été évidemment plus rationnel de construire un deuxième bâtiment beaucoup plus grand dès le départ. Mais les lois du marché sont impénétrables...

FRANÇOIS BUSSON

QUI EST CLARINS?

Spécialiste des produits de soins de beauté haut de gamme 100% à base de plantes, le groupe Clarins est une entreprise française dont les deux tiers des actions sont encore aujourd'hui aux mains de la famille Courtin-Clarins. Créé en 1954, le groupe est devenu en 1972 le numéro un des soins de beauté haut de gamme en France, avant d'occuper cette place enviable sur le marché européen dès 1990. A partir de cette date, la physionomie du groupe s'est considérablement modifiée avec le lancement d'une ligne de maquillage en 1991, la création de deux lignes de parfum sous ses propres marques (Thierry Mugler et Azzaro), ainsi qu'avec la distribution de parfums prestigieux tels que Hermès, Hugo Boss, Giorgio, Burberry... Résultat de cette diversification réussie, alors qu'en 1990 toute l'activité du groupe était concentrée sur les soins de beauté, le maquillage et les parfums représentent aujourd'hui respectivement 10,1 et 36,3% des ventes du pôle cosmétique. Enfin, en 1997, Clarins a acquis la société de couture Thierry Mugler dont l'activité représentait en 2000 4,9% des ventes consolidées.

Le groupe Clarins est fortement internationalisé avec plus de 80% de son activité hors de France. Dès son origine, la marque a privilégié comme circuit de diffusion la distribution sélective dans les parfumeries de luxe, les grands magasins et les duty-free par le biais de conseillères de beauté et d'ambassadrices. Depuis dix ans, le groupe a connu un impressionnant développement commercial avec une augmentation moyenne des ventes de 10,4% par an. Dans le même temps, son effectif consolidé passait de 1359 à 4660 personnes au 31 décembre 2000.

