



La zone centrale et multifonctionnelle fait la part belle au blanc renforçant la luminosité et bénéficie d'accents plus chauds avec des aménagements en bois et des éléments décoratifs.

La coupe parfaite

Le groupe Van de Velde s'achemine vers son 100^e anniversaire. Créé en 1919, il est aujourd'hui un acteur mondial dans le secteur de la mode, notamment avec les marques de lingerie « Marie Jo », « Prima Donna » et « Andres Sarda ». Mais alors que la mission de l'entreprise – « Shaping the bodies and minds of women » – a rencontré le succès, le look & feel du siège principal laissait à désirer.

Le siège situé à Schellebelle en Flandre orientale est depuis longtemps trop petit compte tenu de l'expansion de l'entreprise, et se heurte aux limites d'un terrain clos. Au fil des ans, il a fallu agrandir, transformer pour répondre aux besoins essentiels. L'entreprise était bien consciente du manque de place et, de surcroît, son rayonnement n'était pas en phase avec l'image high-tech que véhicule le milieu de la mode. Alors, « stay or leave ? » La question s'est régulièrement posée jusqu'à ce que la décision soit prise, en 2013, de lancer un appel pour un plan directeur. PROCOS Group a impliqué ELD dans l'approche architecturale de l'enveloppe extérieure et a lui-même imaginé un nouveau concept pour la vie à l'intérieur. Wim Van Hove, administrateur délégué de PROCOS Group : « L'incohérence entre l'image de qualité des marques et l'hébergement était frappante. Il y avait une zone centrale close où aucune lumière ne pénétrait. De petits bureaux étaient éparpillés partout et souvent coincés entre deux départements. Des postes de couture ont surgi un peu partout. Le défi qu'il a fallu relever ne se limitait pas seulement au développement d'un nouveau concept qui devait rassembler, dans le confort, toutes les fonctions nécessaires au sein d'une superficie très limitée. L'accord sur la réalisation imposait aussi que l'entreprise reste opérationnelle pendant les travaux ! »

Faire entrer la lumière

Avant d'arriver à une proposition de concept, de nombreuses interviews ont été menées afin de recueillir l'input des différentes divisions sur le travail au sein de l'organisation. En interne, Herman Van de Velde a pris en charge la direction du projet de rénovation. La riche histoire du bâtiment a débouché sur la décision de procéder à une rénovation en profondeur. « *La lutte contre les nombreuses zones sombres fut notre premier souci* », commente Wim Van Hove. « *Nous avons imaginé une sorte de grand bac de lumière pour la zone centrale du terrain, avec une structure de toit ajourée au maximum de sorte que la lumière naturelle inonde non seulement la partie centrale mais déborde aussi sur les zones adjacentes.* »

La zone centrale fait la part belle au blanc renforçant la luminosité et bénéficie d'accents plus chauds avec des aménagements en bois et des éléments décoratifs. Des courbes cassent la forme rectangulaire de la zone utilisée de façon multifonctionnelle pour l'accueil des clients et des visiteurs, comme zone « break-out » pour les réunions internes, comme « marché » pour les journées

commerciales et même comme « show place » pour les défilés de mode qui ont lieu chaque saison.

« *La zone centrale établit une forte connexion entre les différents départements* », explique Wim Van Hove. « *Nous y avons intégré aussi bien des espaces de concertation ouverts que quelques cockpits. Un centre de meeting a été aménagé directement à l'entrée du bâtiment.* »

Collection variée

« *Le processus d'immersion dans la société, qui précède la phase de concept, est toujours important, mais a été ici particulièrement intense vu la spécificité de l'entreprise avec des fonctions commerciales, le marketing, la comptabilité, mais aussi des ateliers créatifs pour les équipes de conception, des ateliers de couture pour réaliser les collections, le stockage d'échantillons et de matériaux...* » se souvient Wim Van Hove.

Le centre de design a reçu une place entre l'atelier de préproduction et la zone centrale multifonctionnelle. La lumière naturelle pénètre également dans l'atelier via un sas de lumière. La spécificité des

activités du Groupe Van de Velde a permis toute une série de projets partiels au sein du concept global et a également imposé un important travail d'aménagement sur mesure. C'est ainsi que les échantillons ont nécessité une paroi comportant une quantité immense de petites cases. Les cabines d'essayage et les vestiaires furent également l'objet d'une étude préalable spécifique, ce qui a notamment débouché sur un miroir mural plein et une cloison-placard. De grands panneaux d'affichage ont été suspendus là où opère l'équipe créative. Ils sont destinés à la composition des collections de lingerie.

Outre l'élaboration d'un concept qui devait revaloriser le lieu existant et favoriser une communication forte sur l'identité des marques et de l'entreprise, l'établissement d'un plan de rotation qui devait garantir la continuité du travail pendant la rénovation ne fut pas le moindre des défis relevés par PROCOS Group. Les travaux ont démarré en septembre 2014 pour s'achever en novembre 2015 après 286 jours de travail, avec une coupe parfaite pour ce siège qui revit.

Eduard Coddé © ProcOS

