



**ROSEANNA
5 RUE FROISSART
PARIS [75]**

FRANKLIN AZZI

DOSSIER DE PRESSE

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	5
L'ÉVÉNEMENT « POP-UP STORE »	8
MATÉRIAUX ET UNIVERS CONTRASTÉS	10
FICHE TECHNIQUE	22
FRANKLIN AZZI	23
ICONOGRAPHIE DISPONIBLE POUR LA PRESSE	24
PORTRAITS FRANKLIN AZZI, AGENCE UZÈS	
DESSINS	
PHOTOGRAPHIES	



AVANT-PROPOS

C'est dans le haut marais, rue Froissart, côté boulevard Beaumarchais que la première boutique de la marque française Roseanna a ouvert ses portes en juin 2017 dans un écrin conçu par l'architecte Franklin Azzi.

Cette nouvelle adresse voisine d'autres enseignes dont les espaces ont aussi été pensés par l'architecte : les boutiques Soeur et Edition M.R, et plus récemment encore le restaurant de burgers gourmet Blend. En progressant vers le coeur du marais, la boutique Christophe Lemaire et la nouvelle adresse de John Galiano ont aussi été imaginées par Franklin Azzi.

Au-delà de la capitale française, l'architecte a collaboré avec d'autres noms dans le milieu de la mode qui lui ont fait confiance pour créer des concepts de boutiques pièces uniques à travers le monde : Isabel Marant, Jérôme Dreyfuss, et Bali Barret entre autres.



L'ÉVÉNEMENT « POP-UP STORE »

C'est à l'été 2016 qu'Anne-Fleur Broudehous et Roxane Thiery, les deux créatrices de la marque Roseanna, font appel à l'agence Franklin Azzi. Le local situé au 5 rue Froissart est libre. Ensemble, ils décident d'une ouverture en deux temps. Premièrement et afin d'occuper l'espace au plus vite, un pop-up sera conçu et mis en place de manière temporaire pendant le temps des études de la boutique définitive.

Le local existant est complètement débarrassé de tout son agencement existant, les cloisons tombent et révèlent une coque brute et libre de 80m². À l'image des guerillas stores de Rei Kawabuko, il s'agit de profiter de ce moment pour proposer un espace en dehors de toute uniformisation des espaces dédiés à la vente de prêt-à-porter, et de s'éloigner de toute ostentation architecturale. Prendre possession au plus vite des lieux est aussi le moment d'ordre. Les délais ne permettent ni plans, ni dessins. Il s'agit plutôt d'assembler, de composer un espace à partir d'objets détournés de leur fonction première, en quelque sorte des ready made. Le projet est ainsi conçu comme un exercice de style, un « cadavre exquis ». Objets utilitaires issus de l'univers militaire, toile de tente peinte, tubes fluorescents, cabinet de campagne de tri postal ayant appartenu à l'armée suisse, cabine d'essayage sous forme d'isoloir, le pop-up a créé l'événement pendant 4 mois.



MATÉRIAUX ET UNIVERS CONTRASTÉS

En parallèle, le projet de boutique définitive est conçu dans les bureaux de l'architecte. Fidèle à l'esprit de la marque qui confronte matières et couleurs avec audace, on retrouve dans l'espace une richesse de matériaux, un jeu de contrastes forts entre mat et brillant, brut et précieux.

La façade a été conçue avec humilité, dans le respect du bâtiment d'origine en pierre de Paris. Les baies existantes ont été conservées, les châssis vitrés et la double porte sont encadrés de bois verni noir brillant.

Les lettres posées en applique sur une imposte en pierre et la prise de main dessinée sur mesure sont en laiton patiné, évoquant la tradition des façades parisiennes à l'ancienne.

Dans l'entrée, un cabinet met en lumière les pièces « bain » et « lingerie » dans une niche entièrement laquée couleur rouge terracotta. Un clin d'oeil à l'essence de la marque dont les toutes premières collections étaient composées essentiellement de tenues de bain.

Les poteaux en pierre et en fonte révélés lors des travaux de rénovation du local existant ont été conservés en son centre. Ils structurent l'espace, les différentes fonctions étant réparties dans les volumes périphériques (stocks, cabine, caisse).

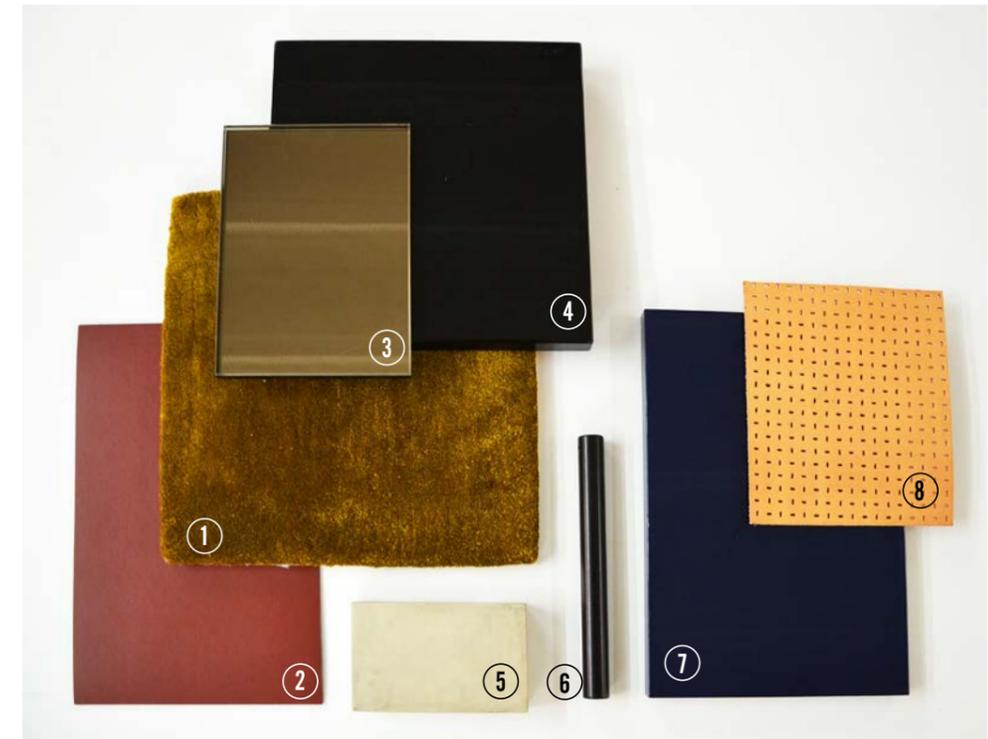
Un des murs laissé brut post-chantier derrière la banquette et le comptoir de la caisse rappelle lui aussi le passé du lieu.

A l'inverse, les surfaces laquées brillantes bleu marine, les cuirs camel perforés lui répondent avec élégance et apportent une certaine préciosité.





DOSSIER DE PRESSE



1. MOQUETTE couleur olive
périphérie espace de vente et cabines

2. LINOLÉUM rouge terracotta
intérieur niche cabinet lingerie

3. MIROIR CANNÉ BRONZE
habillages panneaux muraux

4. BOIS LAQUÉ noir brillant
pied de mural / meuble display chaussures

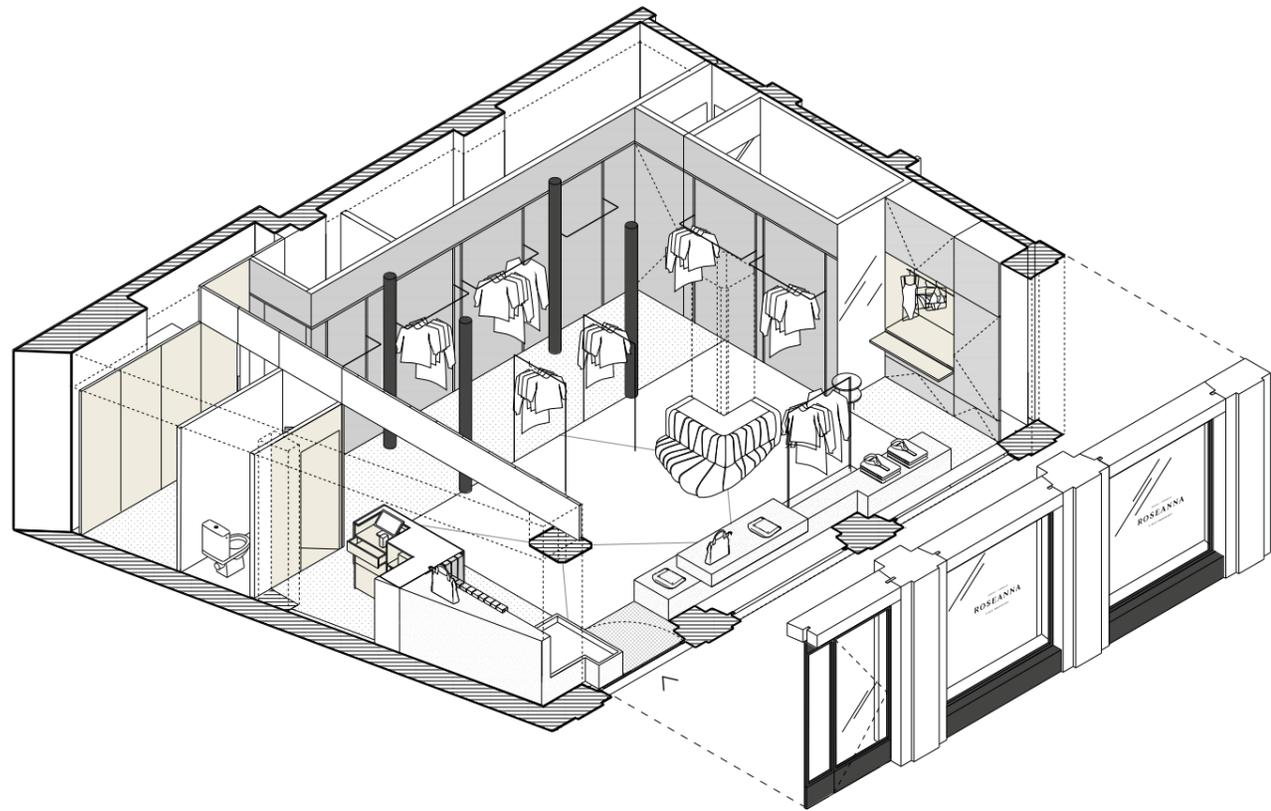
5. ENDUIT BÉTON
sol espace de vente / estrade de présentation

6. ROND ACIER noir mat
portants pièces suspendues

7. BOIS LAQUÉ bleu marine
comptoir caisse / muraux des cabines d'essayage

8. CUIR PERFORÉ
assises et dossier de la banquette / plateau de caisse





Les appliques pavés de verre qui éclairent le comptoir de la caisse ont été chinées aux puces de Saint-Ouen. Elles proviennent d'anciens ateliers de l'industrie tchèque.

Au sol, le béton brut rythmé par un motif géométrique laiton laisse place à un bandeau de moquette dense, soyeuse, couleur olive qui cerne l'espace de vente et apporte du confort pour les clientes dans l'espace plus intime des cabines d'essayage.

Les couleurs et les laques brillantes sont inspirées notamment du travail de Michel Boyer, architecte d'intérieur et décorateur français, à l'ambassade de France de Brasilia dans les années 60.

Enfin, la composition végétale qui crée une « vitrine-jardin » perceptible depuis la rue est signée du paysagiste parisien Debeaulieu. Elle évoque les ensembles des jardinières dans les halls d'immeuble des années 70.





3. FICHE TECHNIQUE

MAÎTRISE D'OUVRAGE

Roseanna

MAÎTRISE D'ŒUVRE

Architecte: Franklin Azzi

PROGRAMME

Rénovation complète du local et modification de la façade.
Création d'une boutique intégrant linéaire de présentation de produits suspendus et pliés, caisse, cabines d'essayage et stockage.

COMMANDE

Privée

SURFACES

80 m²

CALENDRIER

Etudes : fin 2016

Ouverture : 2017

LOCALISATION

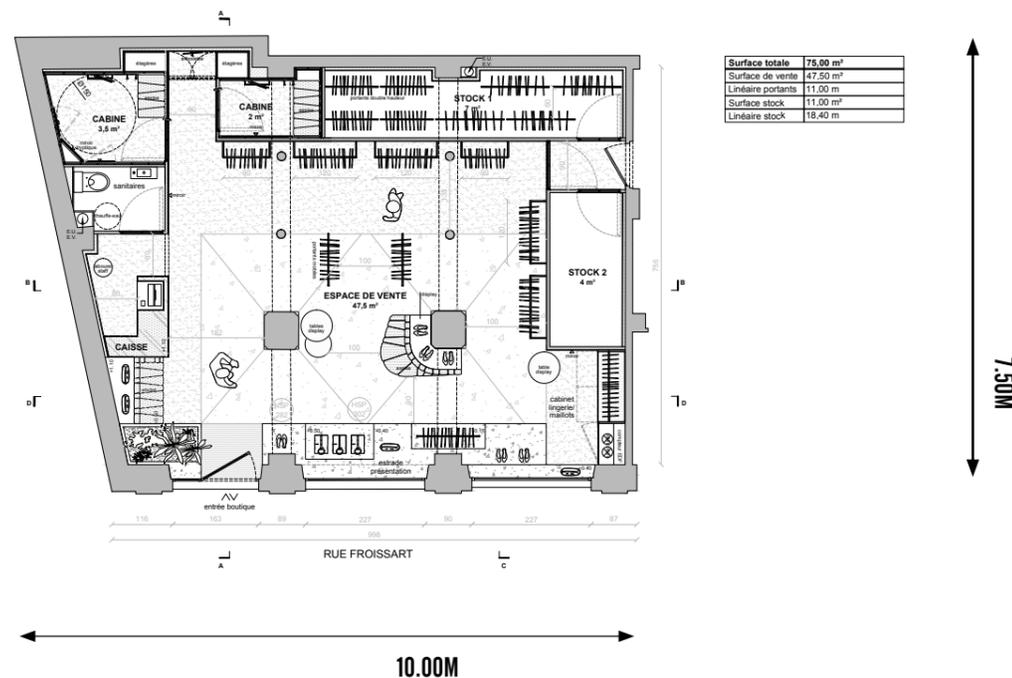
5 rue Froissart 75003 Paris, France

CRÉDITS

Franklin Azzi

Alexandre Tabaste

PLAN D'AMÉNAGEMENT



FRANKLIN AZZI



Depuis la fondation de son agence en 2006, Franklin Azzi développe en France et à l'étranger des projets d'architecture, d'aménagements urbains et de design.

L'agence compte une quarantaine de collaborateurs : architectes, designers, décorateurs, infographistes, historiens de l'art, ainsi qu'un laboratoire de recherche informatique et conception paramétrique.

Son écriture est à la croisée des disciplines et des champs de réflexion. Sa transversalité lui permet d'explorer la réhabilitation lourde de bâtiments industriels et fonctionnalistes, la construction neuve ou encore le design et le mobilier spécifique de boutiques de luxe.

Influencé par l'interdisciplinarité de la Glasgow School of Art, dont il a suivi les enseignements, l'univers industriel, Google Image, Paul Virilio, le modernisme et l'art contemporain, la pratique de Franklin Azzi se veut hybride et rigoureuse. Toujours dans une optique de durabilité, d'efficacité et de clarté des propositions.

Il s'illustre avec de grands projets culturels de commande publique. D'abord le Centre de la francophonie des Amériques à Québec en 2007, puis la gare Saint-Sauveur et le Tripostal à Lille, les imprimeries Mame à Tours.

La transformation des Halles Alstom sur l'île de Nantes en Ecole des Beaux-Arts de Nantes Saint-Nazaire est un projet emblématique dans son parcours.

Ces projets se caractérisent notamment par la générosité de leurs espaces publics. On retrouve cette aspiration en 2013, lorsqu'il crée avec la Mairie de Paris une promenade sur les Berges de Seine entre le musée d'Orsay et celui du Quai-Branly - site classé au Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Actuellement à l'étude, son projet de gare du Grand Paris, qui connectera Paris à l'aéroport d'Orly, participe également de ses réflexions sur ce qui constitue la ville de demain, la durabilité et la flexibilité de l'architecture dans la métropole.

Franklin Azzi développe par ailleurs des ensembles de bureaux aux performances et design emblématiques.

Ils sont traités de « manière chirurgicale », avec un grand souci pour la qualité des usages, tels que Dock en Seine à Saint-Ouen, l'immeuble Raspail à Paris et à présent la tour Workstation avec Hines à la Défense et la Tour Montparnasse avec le groupement de la Nouvelle AOM (Franklin Azzi Architecture, Chartier Dalix, Hardel Le Bihan).

L'architecture d'intérieur et le design sont convoqués au même titre que l'architecture, sous l'œil de Noémie Goddard, directrice artistique associée. Des créateurs tels que Christophe Lemaire, Isabel Marant, Jérôme Dreyfuss, Bali Barret, Lacoste ou le groupe LVMH lui ont confié la conception de boutiques aux Etats-Unis, au Japon, en Corée, en Chine et en France. Franklin Azzi se distingue encore par la réalisation d'établissements tels que le Café Holiday en hommage au magazine éponyme dédié au voyage et au style. Ces projets sont développés par un département spécialisé au sein de l'agence, qui intervient aussi sur les intérieurs des constructions neuves et réhabilitations.

FRANKLIN AZZI
13, rue d'Uzes - 75002 Paris - France
T . +33 (0)1 40 26 68 21
agence@franklinazzi.fr
www.franklinazzi.fr

ICONOGRAPHIE DISPONIBLE POUR LA PRESSE

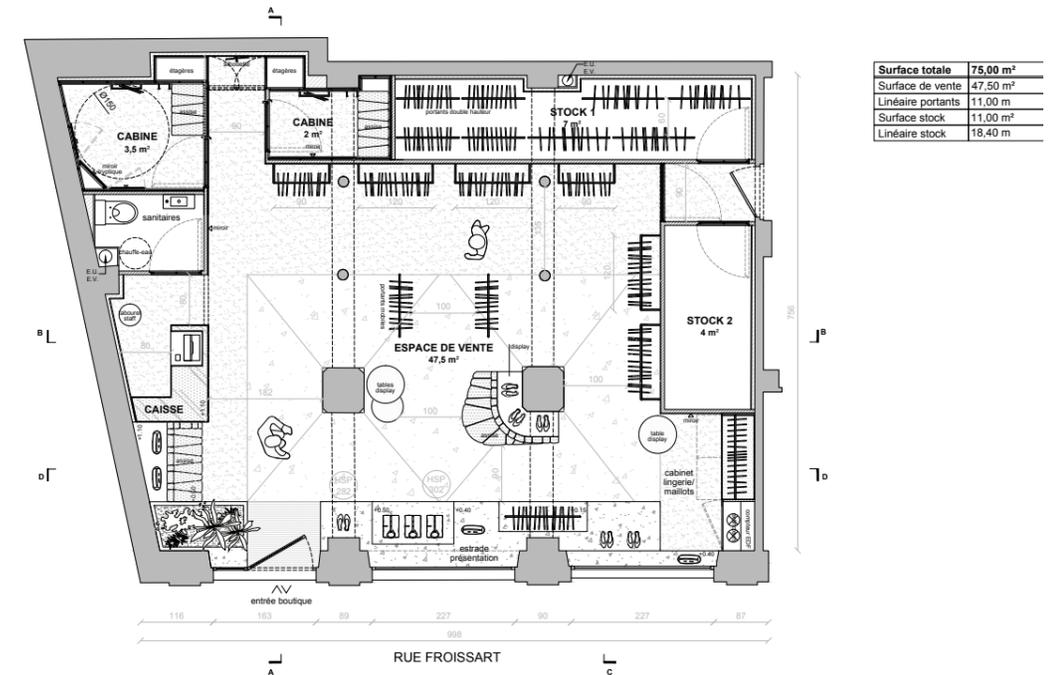
PORTRAIT FRANKLIN AZZI © NOËL MANALILI



PORTRAIT FRANKLIN AZZI © ALEXANDRE TABASTE



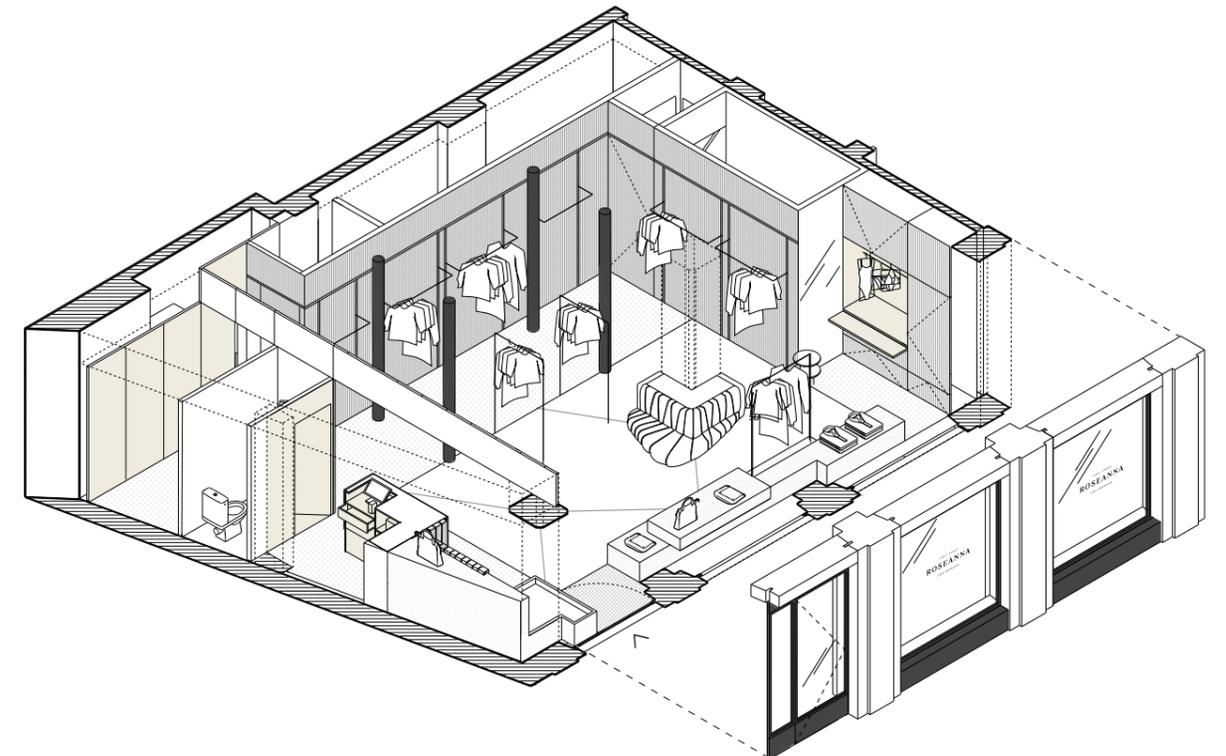
DESSINS © FRANKLIN AZZI



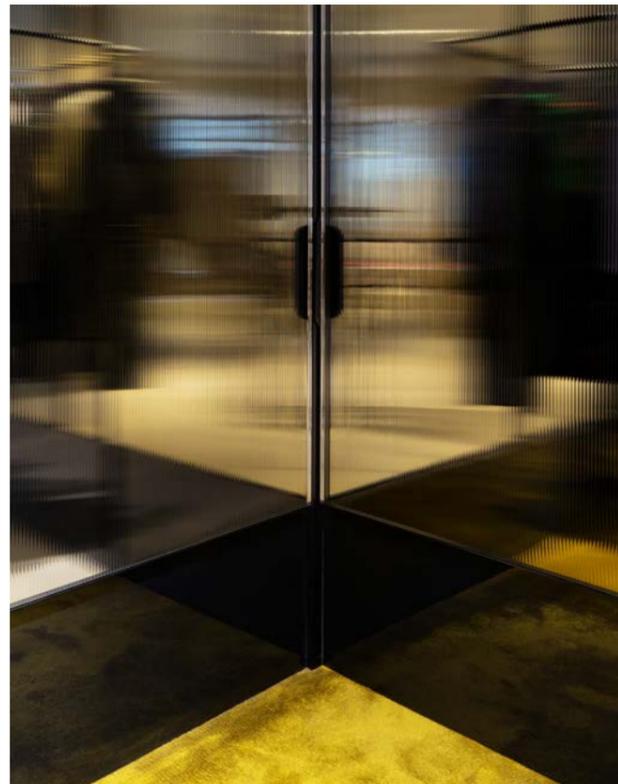
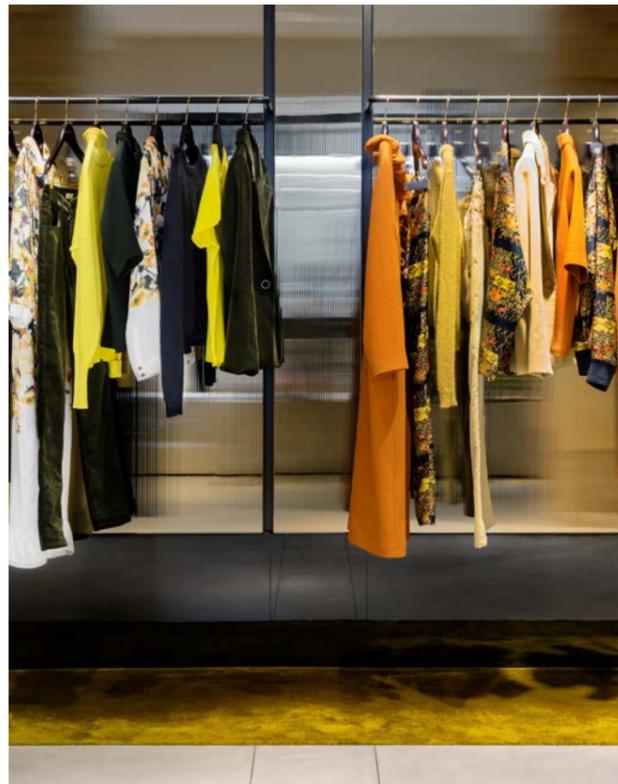
LOGO

FRANKLIN AZZI

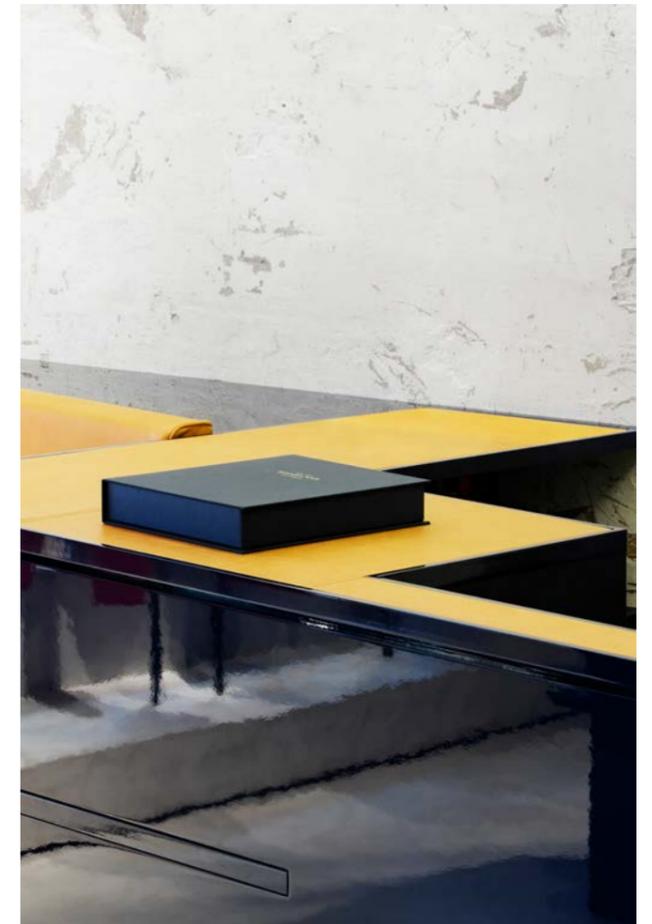
PHOTOGRAPHIES DE L'AGENCE 13 RUE D'UZÈS, PARIS 2^{ème} © MATHIEU DUCROS



PHOTOGRAPHIES © ALEXANDRE TABASTE



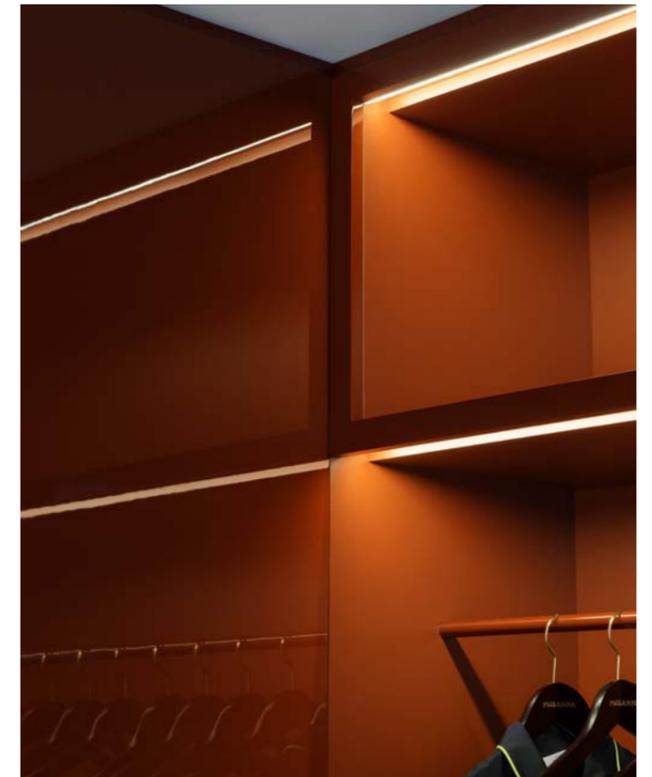
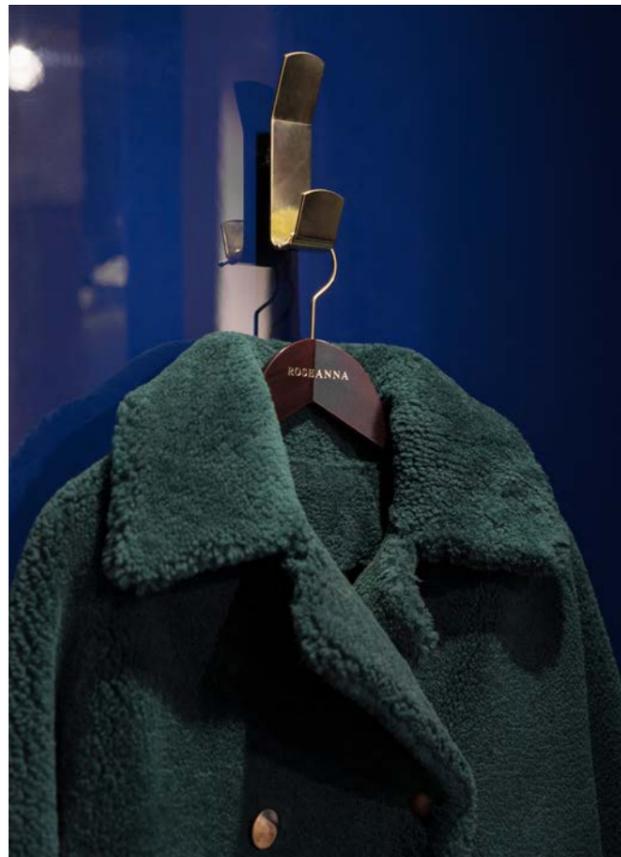
PHOTOGRAPHIES © ALEXANDRE TABASTE

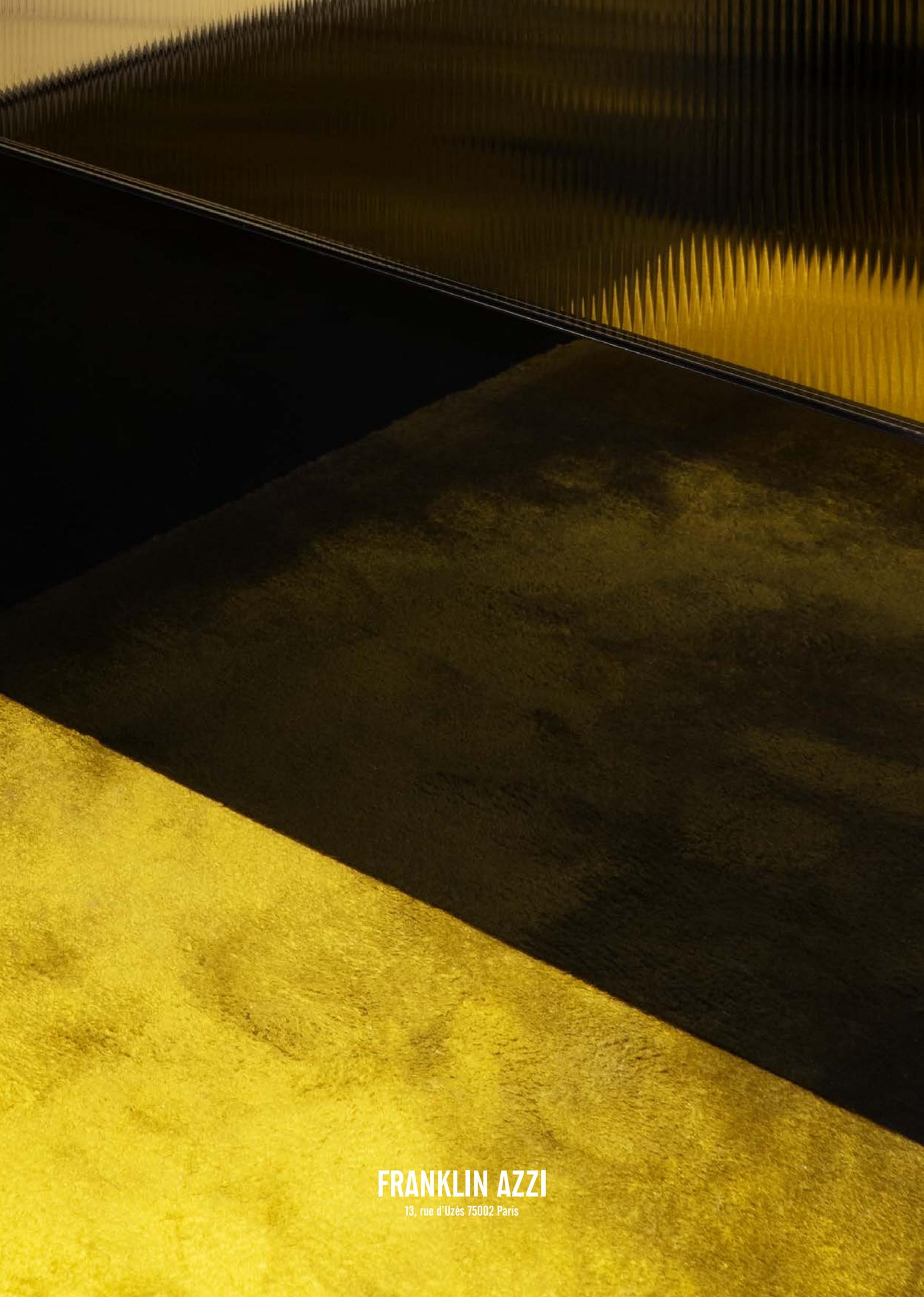


PHOTOGRAPHIES © ALEXANDRE TABASTE



PHOTOGRAPHIES © ALEXANDRE TABASTE





FRANKLIN AZZI

13, rue d'Uzès 75002 Paris