

Une escale haut de gamme

Entre décalage horaire et salles d'attente, le voyageur pressé fait inmanquablement escale chez Grieder. Rien à voir avec les achats de dépannage. Dans le nouvel Airside Center de l'aéroport de Zurich, le plus grand magasin multimarques d'Europe donne des ailes au chic et au pointu.

TEXTE VIVIANE SCARAMIGLIA
PHOTOS C. TORREQUADRA

PAS UNE simple boutique du prêt-à-partir. Mais 450m² d'épure élégante où tout a été soigneusement pensé pour rendre la vie belle au nomade le plus raffiné. Burberry, Etro, Max Mara, Akris, Akris Punto, de la mode, de la lingerie, des lignes de bain, des chaussures de sport pour hommes et femmes, des accessoires de caractère et tous les nouveaux métromomes de la saison: le concept qui rompt avec l'achat d'urgence habituel propose un véritable concentré du haut de gamme, comme si l'on avait rassemblé plusieurs étages en une seule et vaste surface.

Un sésame gagné sur concours

Ralph Lauren y signe même pour la première fois sa présence exclusive en aéroport, Ermenegildo Zegna s'y installe avec son propre concept sur 40m², l'allure enfant n'est pas en reste avec le label DNG de Dolce & Gabbana. Et ceux et celles qui courent toute l'année entre deux avions repèreront forcément Tumi, cette marque de bagagerie américaine chère à

Demi Moore ou Pierce Brosnan en passant par Michael Jordan.

Il ne suffisait pas de vouloir pour entrer dans le nouvel Airside Center de l'aéroport de Zurich, ce centre commercial inauguré à mi-septembre, qui occupe une position centrale entre les terminaux A et B.

Comme pour les soixante enseignes installés dans cette architecture futuriste toute de transparence – plaque tournante de l'arrivée, du départ et du transit –, c'est sur concours que Bon Génie/Grieder, en collaboration avec les architectes de Version B et l'agence de communication Transphère, a présenté son projet et gagné le sésame qui lui a permis d'ouvrir l'un des plus beaux et le plus grand magasin multi-marques d'Europe. Prenant pour voisins des labels de prestige, idéalement situé juste à côté de la douane, entre les deux terminaux, le nouveau magasin est à la portée de quelque 17 millions de passagers par an. «Une belle vitrine pour laquelle il a fallu redescendre sur terre et travailler dur, avouent les protagonistes, afin que cette réalisation d'envergure soit achevée dans les temps.»

Embarquement immédiat

Organisée par «Version B Intérieur et Architecture SA», l'agréable atmo-

sphère lumineuse et sereine reflète fidèlement l'esprit de la maison: originale, fonctionnelle et surtout esthétique. Montant aux nues une épure précieuse, la pierre s'unit au bois clair de l'érable et aux laques brillantes. Omniprésent dans tous les nouveaux agencements des magasins du groupe, le clin d'œil au monde végétal s'offre ici par le biais de visuels géants qui tapissent les fonds de vitrines. Les espaces sont structurés en modules, et partout, la pureté du mobilier et la sobriété des lignes s'inclinent devant la visibilité et la spécificité de chaque produit. Une scène très contemporaine, d'un raffinement sans simagrées et surtout sans froideur, dont les acteurs, y compris Franco Savastano qui dirige le groupe Zurich, peuvent être fiers. «Il était très important pour nous de pouvoir offrir à la fois les meilleurs standards de l'achat de dernière minute et surtout un grand zoom sur le chic racé de la maroquinerie au prêt-à-porter.» Un cheminement bien pensé à travers l'expérience du groupe toujours aux avant-postes. Aux gens du voyage, hommes et femmes d'ici et d'ailleurs, d'en découvrir maintenant les attraits. Embarquement immédiat 7 jours sur 7: il paraît que le plaisir de belles choses donne des ailes. ■■■

