

UNE GRANDE AGENCE A GREAT OFFICE

JEAN-PHILIPPE HUGRON

Que signifie, aujourd'hui, être une « grande agence » ? La définition évolue d'un pays à l'autre. Si aux États-Unis et au Royaume-Uni, il s'agit, au-delà d'un beau chiffre d'affaires, d'un effectif surpassant le millier de collaborateurs, il est, en France, limité autour de la centaine. Dans un pays où la pratique est encore solitaire, pour ne pas dire artisanale, de nombreux professionnels se sont dès 1968 regroupés pour former des collectifs. Les plus grandes agences françaises sont ainsi les héritières de cet esprit qui bouleverse les pratiques, y compris dans le temps long. En effet, bien des ateliers et autres cabinets ont disparu avec leur fondateur ; un nom ne pouvait en cacher un autre. Aux Pays-Bas, au contraire, des agences existent, quant à elle, depuis près d'un siècle, allant souvent de père en fils. Aux États-Unis, sigles et acronymes, même composés à partir de célèbres patronymes, ont perduré avec les années. Les agences d'architecture sont devenues des entreprises à part entière.

Dans ce contexte, Arte Charpentier Architectes fait, dans l'Hexagone, figure d'exception. Voilà une agence dépassant la centaine de collaborateurs qui célèbre, neuf ans après la triste disparition de son créateur, Jean-Marie Charpentier, ses cinquante ans. Un demi-siècle ! Franchi avec ses personnalités historiques mais aussi ses nouveaux associés. Arte Charpentier a, durant des années, construit une structure étonnante mêlant, pour affronter une économie nationale et internationale à géométrie variable, tous les métiers de la conception : architectes, urbanistes mais aussi paysagistes et architectes d'intérieur. Tenir dans la durée a été aussi, pour Arte Charpentier, faire acte de transmission et l'agence s'est très tôt faite école pour mieux diffuser ses propres savoir-faire d'une génération à l'autre. En outre, perdurer appelle à préparer l'avenir et Arte Charpentier s'engage, sans cesse, à deviner le futur. Être une grande agence c'est également avoir la taille nécessaire pour prétendre réaliser ses propres travaux de recherches et engager une vision prospective. Ce hors-série, en plus de livrer l'actualité d'une belle entreprise, en révèle les mécanismes intimes. Il sera sans doute le plus utile à l'heure où l'exercice solitaire du métier d'architecte semble désormais bel et bien remis en cause.

What does a 'great' agency mean today? The definition varies from country to country. In the United States and the United Kingdom, beyond the value of a significant turnover, a great agency means a staff of over one thousand people. In France, it is ten times less. In a country where the practice of architecture is still very much a solitary, artisanal activity, numerous professionals got together to form collectives from 1968. And so, the greatest French agencies of today still carry the spirit that overturns established practices, and this is true in the long term. Indeed, numerous architecture offices and practices have disappeared along with their founder; a name could not possibly erase another. In the Netherlands, on the contrary, some agencies, nearly a century old, often continue from father to son. In the United States, the initials and acronyms of architecture firms, even those including some famous family names, have remained over the years. Architecture agencies have become fully-fledged businesses.

In this context, Arte Charpentier Architectes is an exception in France. Nine years since the sad news of the death of Jean-Marie Charpentier, its founder, here is an office of more than a hundred staff, celebrating its fiftieth year in business – a half-century that has known historic personalities but also new associates. For years, Arte Charpentier has been establishing an astonishing structure which, in order to keep up with a multi-speed national and international economy, merges together all branches of design practice: architects and urban planners, but also landscape designers and interior designers. To achieve longevity, Arte Charpentier needed to ensure the transmission of its own knowledge, and people in the office are used to passing on know-how to the next generations. Moreover, to remain means to prepare for the future, and Arte Charpentier is firmly committed to predicting that future. Being a great office also requires a certain size and number of people, to be capable of leading research projects and to have a prospective vision. This special issue both describes the daily work of a flourishing business and reveals its intimate mechanisms. It will very likely find its most useful purpose at a time when the solitary practice of the architect's profession appears to be well and truly challenged.