

Le voyage à Nantes

Ruban géant

L'ADI a décidé de contribuer à la manifestation Le Voyage à Nantes, via une opération de mécénat. Le « Mètre à ruban » de Lilian Bourgeat se déploie devant leurs locaux.

En plein cœur du Quartier de la création, au 32, rue de la Noue Bras de Fer, l'installation de l'œuvre pérenne de l'artiste Lilian Bourgeat vient clore un an et demi de travaux de restructuration du siège d'Aethica, groupe immobilier fondé en 2000 (250 salariés en Loire-Atlantique, 70 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012), auquel ADI appartient. Autour d'une cheminée réhabilitée haute de 33 mètres, vestige d'une usine de galvanisation, 1300 m² de bureaux ont été ajoutés aux 350 m² existants. Des logements, ainsi que la Maison de la Longévité qui sera inaugurée à l'automne,

ont également été construits. « En 2001, lors du rachat du bâtiment à André BTP, nous nous étions engagés à le faire évoluer en respectant l'architecture de l'époque. D'où l'intégration de bardages en bois », raconte Patrick Fontaine, président d'Aethica et d'ADI. Non content d'avoir observé l'évolution de l'Île de Nantes, le promoteur immobilier a aussi fortement contribué à son écriture architecturale et urbaine, grâce à différents projets comme les immeubles de bureaux « Île-Rouge » et « Bâtiment B », ou encore le programme de 40 logements « DY25 ». L'an dernier, à la vue

de touristes suivant un certain fil rose tracé au sol, l'idée d'aller plus loin s'est imposée. « Nous avons pensé que nous pouvions participer au Voyage à Nantes, et, ce faisant, contribuer aux retombées économiques pour la ville. Cela nous semblait naturel d'accompagner le mouvement. » D'où la décision de financer une œuvre pérenne, en laissant le choix de l'artiste à l'équipe du Voyage à Nantes. « Nous avons juste posé une condition : que l'œuvre ait un rapport avec notre métier, c'est-à-dire la construction. C'est le cas de la proposition de Lilian Bourgeat, qui nous a plu. » IC



Lacroix Signalisation suit la ligne verte

L'entreprise Lacroix Signalisation et sa filiale Kangourou Services se chargent pour la deuxième année consécutive de tracer l'essentiel de la ligne verte du parcours du Voyage à Nantes. Un chantier réalisé dans l'esprit Capitale verte.

Devant l'Éléphant, près des Nefs, un groupe d'ouvriers et de techniciens s'applique derrière une grosse machine. Ils sont en train de dessiner au sol une ligne verte, de 2 cm de large. L'an passé, elle était rose, et reliait chaque découverte du Voyage à Nantes. Cette année, elle prend les couleurs de Nantes Capitale verte. « Le fait de travailler pour le Voyage à Nantes est doublement significatif pour nous, explique Julie Laurent, de l'entreprise herblioise Lacroix Signalisation qui réalise des panneaux de signalisation et la ligne verte. D'abord parce qu'il est important pour nous de s'inscrire dans le territoire en travaillant à Nantes. Ensuite, la démarche de développement

durable nous tient à cœur et nous venons d'être labellisés Green Capital. Nous avons ainsi été la première entreprise à avoir fait une analyse de la vie d'un panneau routier, nous avons entrepris une démarche d'éco-conception sur nos nouvelles gammes... » L'entreprise emploie 700 salariés pour son activité de panneaux de signalisation. Leader en France dans son domaine, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 127 millions d'euros en 2012. Lacroix Signalisation est une des trois branches du groupe Lacroix, et chapeaute elle-même trois filiales (Lacroix Trafic, Kangourou Services et SDS) et une marque de mobilier urbain (Lacroix City). Kangourou Services, filiale

de Lacroix Signalisation, est aux manettes de la machine pour tous les marquages au sol simples. L'entreprise Boscher, de Couëron, se chargera, comme l'an passé, des marquages plus compliqués, sur les gravillons, les pavés, les escaliers, etc.

« Nous installerons aussi 40 panneaux explicatifs près des œuvres, précise Julie Laurent. Modeste sur le plan économique, c'est un projet extrêmement intéressant de par ses enjeux. C'est une des preuves que Lacroix Signalisation peut s'adapter à une démarche différente. S'investir dans la culture, c'est aller au-delà de ce que l'on fait habituellement en termes de produits. » Gwenaëll Lyvinec