

Zeitschrift: Tracés : bulletin technique de la Suisse romande
Herausgeber: Société suisse des ingénieurs et des architectes
Band: 129 (2003)
Heft: 06: Exploits constructifs

Artikel: La base "Alinghi" à Auckland
Autor: Della Casa, Francesco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-99195>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 10.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

La base « Alinghi » à Auckland

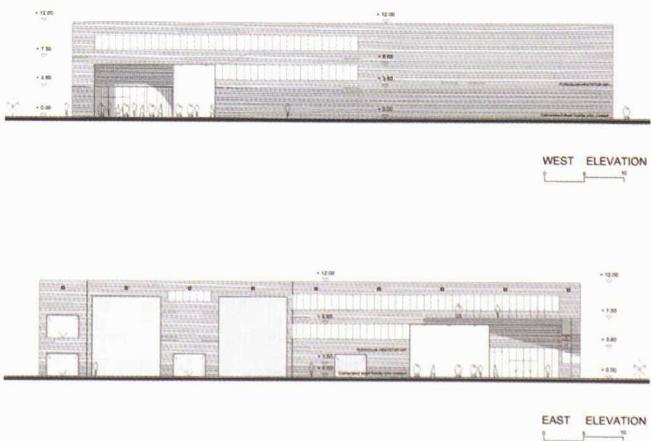
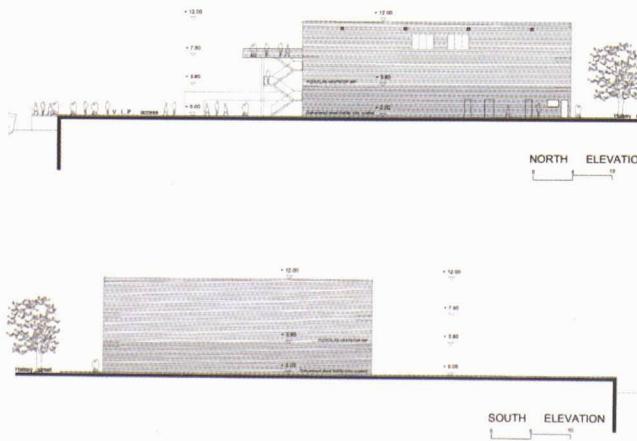
La base construite pour le Défi « Alinghi » à Auckland représente un volume de 25 000 m³ devant abriter 4000 m² de surface comprenant des bureaux, des ateliers, des hangars, une salle d'entraînement, les lieux de rencontre et de représentation. Elle devait traduire dans l'espace les valeurs d'efficacité et de convivialité que le Team « Alinghi » a veillé scrupuleusement à transmettre durant toute la durée de la compétition. Fait unique dans l'histoire de la Coupe de l'America, elle fut la seule à être partiellement ouverte au public, simulant ainsi une transparence inédite dans un monde obsédé par le secret. Ce paradoxe entre transparence et contrôle absolu de l'information produite dans les médias est du reste la marque originale de ce qui peut être considéré comme une véritable campagne de conquête, au sens militaire du terme. Celle-ci n'est du reste pas sans analogie avec la stratégie mise au point par le général Schwarzkopf durant la Guerre du Golfe.

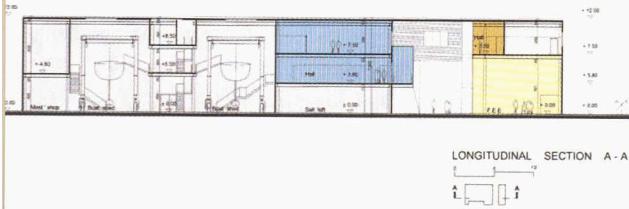
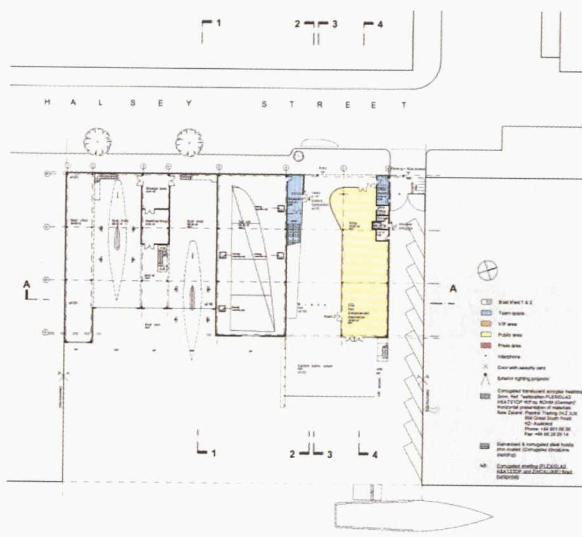
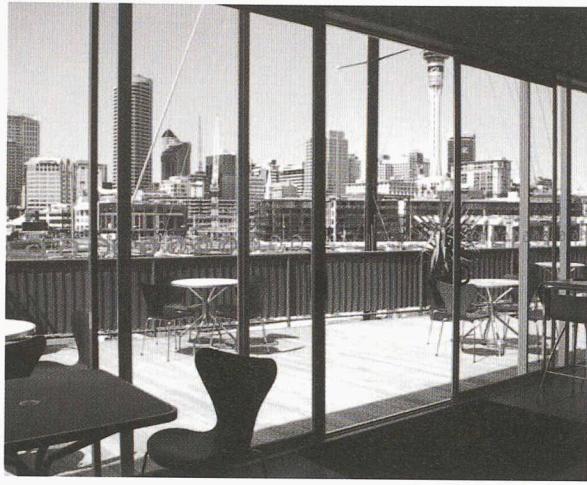
L'architecte genevois Ugo Brunoni, en charge du mandat de construction de la base, a établi un concept général dont les grandes lignes sont les suivantes :

- L'emprise devait être la plus grande possible, afin de procurer au bâtiment une visibilité maximale et non fragmentée. C'est pourquoi il a été bâti en périphérie de la parcelle.

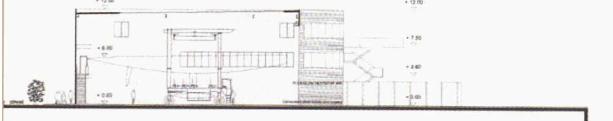
- Une organisation introvertie permettait d'éviter le contact visuel avec les bases voisines tout en offrant un accès unique, au centre du complexe.
- L'entrée a été placée sur la façade rue, par le biais d'un large espace couvert permettant d'abriter les visiteurs.
- Conçu comme un portique ouvert sur la mer et face à la ville, cet espace d'accueil devait organiser la visibilité des espaces de vente, d'accueil et de représentation.
- Les matériaux, opaques ou transparents, avaient pour principe de signaler le caractère - montré ou caché - des activités qu'ils protègent. Une paroi en verre ondulé évoquait les vagues de la mer.
- Le système structurel devait être homogène, recyclable et facilement démontable.

En guise de conclusion à l'énumération des éléments de son concept général, l'architecte Ugo Brunoni proposait une devise : « Un projet doit être fonctionnel, ensuite il doit être poétique ». Elle correspond à la stratégie de cette entreprise de conquête sans précédent : une campagne navale doit être menée de manière efficace, ensuite elle doit produire du mythe.

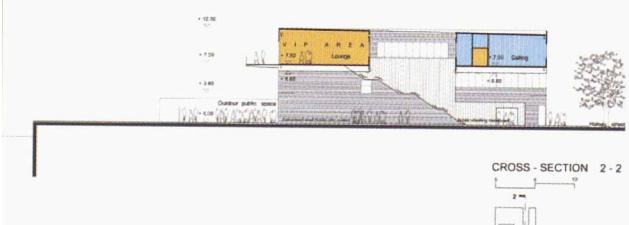




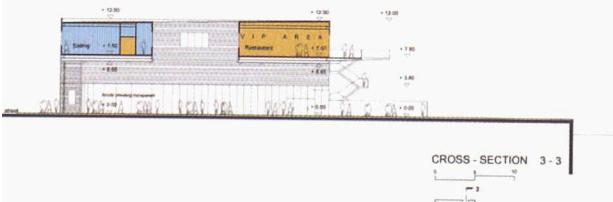
LONGITUDINAL SECTION A-A



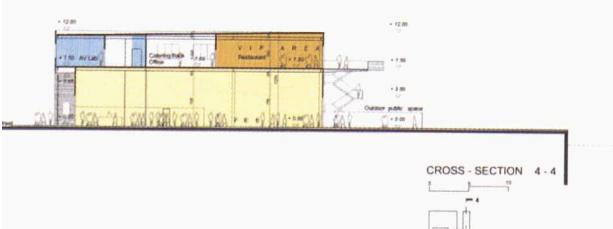
CROSS - SECTION 1 - 1



CROSS - SECTION 2 - 2



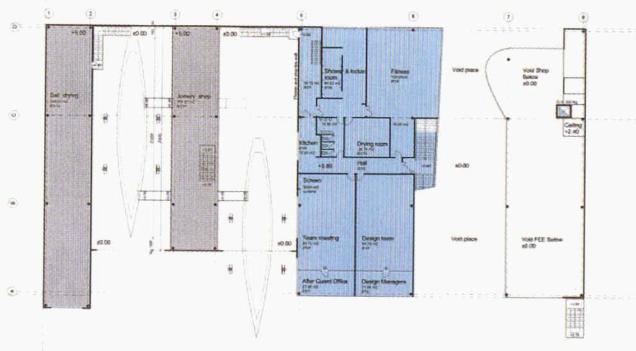
CROSS - SECTION 3 - 3



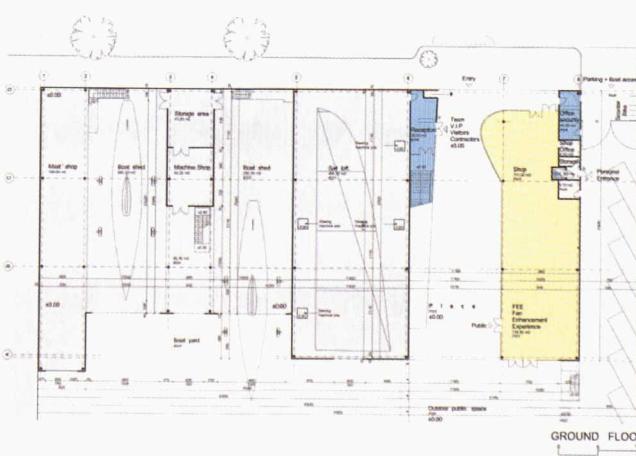
CROSS - SECTION 4 - 4



SECOND FLOOR



FIRST FLOOR



GROUND FLOOR