

# Les Echos SPÉCIAL

**IMMOBILIER COMMERCIAL**

**PANORAMA //** Le modèle des centres commerciaux, en question depuis plusieurs années, a du mal à se réformer. La fréquentation baisse de 5 % par an depuis cinq ans, les samedis « gilets jaunes » n'ont pas arrangé leurs comptes.

## Les centres commerciaux, déjà vieux à cinquante ans

La fréquentation dans les centres commerciaux français s'est maintenue au cours des quatre premiers mois de 2019 (-0,4 %), selon le Conseil national des centres commerciaux (CNCC), après le recul annoncé à -1,7 %, en 2018. « Le mouvement des "gilets jaunes" a continué d'impacter négativement le secteur, tout comme une météo erratique », indique son délégué général, Gontran Thüring, « mais le gouvernement nous a aidés en autorisant plus d'ouvertures dominicales en janvier et en février. Le chiffre d'affaires du panel suivi par le CNCC affiche -1 % sur le premier trimestre 2019. »

Ce chiffre ne prend pas en compte le « click-reserve & collect ». Les bailleurs de centres commerciaux se verraient bien inclure dans les baux une clause relative à ces commandes en ligne, récupérées dans les magasins, mais les enseignes s'y refusent. Le CNCC souligne un report important de la fréquentation du samedi au dimanche, et se demande si ce phénomène sera durable. Selon l'observatoire Procos-Stackr, les boutiques des centres commerciaux connaissent une

baisse de fréquentation de 5 % par an en moyenne depuis cinq ans. « Or, à l'exception des centres commerciaux les plus en difficulté, les loyers continuent de croître tendanciellement, les charges et travaux refacturés aux commerçants, également : une dynamique destructrice à très court terme », souligne Procos, qui regroupe 300 enseignes. L'association signale un mois d'avril difficile pour les commerçants, qui ont vu leur chiffre d'affaires reculer de presque 6 % à surface égale. Les dis-

**Paradoxalement, les projets de centres commerciaux ne manquent pas en France.**

tributeurs d'habillement ont même essuyé une baisse de 16 %, confirmant les difficultés de ce secteur omniprésent dans les centres commerciaux et qui assure une bonne partie de leur fréquentation et de leur chiffre d'affaires. En cumulé sur les quatre premiers mois de 2019, cet indice d'activité du commerce

spécialisé affiche -1,3 %, la périphérie résistant mieux que le centre-ville, où les centres commerciaux décrochent par rapport aux rues marchandes.

Fin 2018, Procos avait sonné la charge contre les centres commerciaux français dans une tribune intitulée : « Les consommateurs changent, les commerçants s'adaptent et les centres commerciaux n'évoluent pas assez vite. » Selon François Feijoo (Eram), président de Procos, et son délégué général, Emmanuel Le Roch, « tous les propriétaires et gestionnaires de centres ne semblent pas avoir pris conscience du mouvement rapide », qui voit de nouvelles façons pour les enseignes d'être en contact avec le client (via Internet, dans les gares, les aéroports, les outlets, les centres-villes, les retail parks, etc.). « Les réactions des centres commerciaux restent insuffisantes et sans proportion avec les enjeux. »

Les grandes foncières spécialisées ne sont sans doute pas les premières visées par Procos, même si leurs dernières réalisations (Jeu de Paume, Le Millénaire, Aéroville, etc.) n'ont pas toutes rencontré

le succès escompté. Pour faire venir les clients, Unibail-Westfield, Klépierre et les autres renforcent l'animation, la restauration, les loisirs, touchent (enfin) au digital, et rénovent des sites dont les premiers viennent d'avoir cinquante ans.

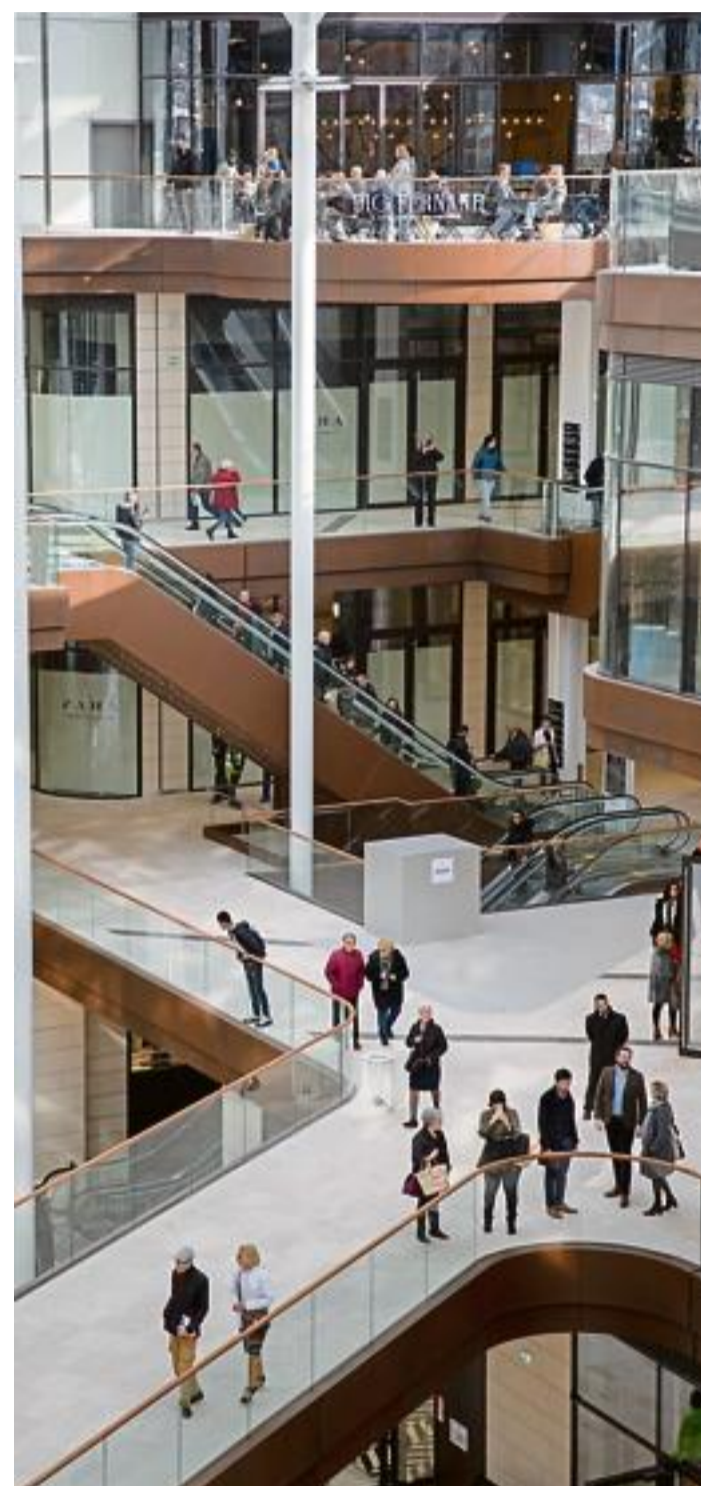
### Des investisseurs inquiets

Ce climat crispe néanmoins les investisseurs, et les titres de ces sociétés cotées en Bourse subissent une décote. Mais, paradoxalement, les projets de centres commerciaux ne manquent pas en France, même si Procos note un ralentissement, certes relatif, de la création de surfaces commerciales. Selon ses calculs, quelque 3 millions de mètres carrés autorisés sont encore « dans les tuyaux » en France (hors commerce de gros). Un chiffre globalement stable depuis 2010, qui n'est qu'un minimum, car les projets de commerces alimentaires en dessous de 1.000 mètres carrés et les boutiques de moins de 300 mètres carrés n'ont pas besoin de passer devant les commissions départementales ou nationale d'aménagement commercial (CDAC/CNAC) pour se lancer.

En 2018, ces instances ont donné leur aval à 1,33 million de mètres carrés, principalement autour des grandes métropoles. Ce total est néanmoins en baisse comparativement à 2016 et 2017 et très en deçà de la période 1999-2014, qui voyait entre 2 et 3,7 millions de mètres carrés de commerces autorisés chaque année.

Les promoteurs ne se sont pas bousculés auprès des CDAC, comme certains spécialistes pouvaient le penser suite à l'adoption de la loi Elan, qui modifie en partie les règles de l'urbanisme commercial. Le centre-ville, où la grande vacance commerciale sévit, y est clairement favorisé. Le regain d'intérêt est net pour les projets de centre-ville et les projets mixtes (qui associent logements, bureaux et commerces), mais à un niveau qui reste faible. Les extensions de sites commerciaux connaissent toujours un boom (40 % du total). Et les retail parks ont toujours la cote.

— Vincent Legercq



Le mois d'avril a été difficile pour les commerçants, qui ont vu leur chiffre d'affaires reculer de presque 6 % à surface égale. Photo Ian Hanning/RÉA

### Trois stratégies pour innover



**Tresco veut rebâtir du commerce sur du commerce** Repérer des immeubles de commerce sains ou à bout de souffle, mais bien placés ou historiques, assez solides pour être pour être relancés ou densifiés, c'est ce que cherchent à faire Gilles Boissonnet et son équipe de 5 personnes. Il crée Tresco Développement à la fin de l'année 2017. Le sauvetage de ces actifs peut passer par le développement de commerces, mais aussi de logements ou de surfaces de bureaux, grâce à des accords avec des spécialistes de ces métiers. De la mixité, du codéveloppement aussi, avec des family offices et des investisseurs classiques pour partager les risques, en vue de céder les opérations une fois leur restructuration achevée. La friche commerciale peut être un point de départ, si elle est achetée à un bon prix.



**L'Avenue met un pied dans le commerce** Spécialiste de la réhabilitation d'immeubles en centre-ville, moitié bureau, moitié résidentiel, L'Avenue s'est lancée fin 2018 dans les centres commerciaux en rachetant quatre à Altarea Cogedim, qui a préféré se séparer de ces actifs vides au tiers. Son jeune PDG, Frédéric Merlin, fait le pari que sa société des grands magasins peut redresser ces adresses connues. Les Tanneurs à Lille, l'Espace Saint-Christophe à Tourcoing, Grand'Rue à Roubaix, et Porte Jeune à Mulhouse, en réorganisant la restauration et en proposant des animations. Coût de l'opération : autour de 100 millions d'euros. Il promet que ses centres seront remplis à 95 % fin 2019 et annonce deux autres acquisitions, toujours dans des zones de chalandise d'au moins 100.000 habitants.



**Nexity se lance aussi** Le premier promoteur français a racheté 71 % des parts d'Accessite, une entreprise créée il y a douze ans par Maxime Pérrière et Alexandre Séjourné, qui pratiquent presque tous les métiers de l'immobilier de commerce, pour le compte de tiers. Avec leurs 90 salariés, ils pratiquent du conseil, de l'asset management opérationnel, de la commercialisation, de l'animation de sites, jusqu'à la restructuration et la gestion d'actifs. Accessite gère plus de 150 équipements en France, pour des promoteurs et investisseurs. Nexity, omniprésent dans la production de bureaux et de logements, va s'appuyer sur leur expertise pour développer la mixité de ses programmes et confirme son orientation vers les services, après sa montée au capital, en 2018, dans Aegide-Domitys.

**PROJETS //** Face aux politiques de revitalisation des centres-villes, les projets de commerce de périphérie se font plus rares. Les opérateurs des centres commerciaux plaident pour une logique de « couture urbaine ».

# L'épargne privée sollicitée pour la rénovation des centres-villes

**C'**est un moratoire qui ne dit pas son nom », résume Gontran Thüring, délégué général du Conseil national des centres commerciaux (CNCC), à l'évocation du plan Action cœur de ville. Bien qu'aucune suspension de projet n'ait encore été identifiée dans le cadre de la loi Elan, le CNCC estime qu'au cours des trois prochaines années, 70 % des projets de centres commerciaux de périphérie porteront sur des rénovations ou des extensions de sites existants. Exit les créations. « En dressant la carte de toutes les intercommunalités susceptibles de passer en opérations de revitalisation du territoire (ORT), 90 % du territoire français serait potentiellement soumis à l'autorisation du préfet pour la réalisation d'un nouveau projet commercial en périphérie des villes », alerte le délégué général.

## Une concertation à l'échelle de l'agglomération

Or, s'il est vrai que de nombreuses villes moyennes pâtissent d'une suroffre commerciale, fruit d'une politique agressive, menée par les groupes de distribution français, le gel des surfaces commerciales n'est sans doute pas la réponse à tous les maux des centres-villes. « Il serait trop simple d'empêcher les enseignes de s'installer en périphérie pour qu'elles reviennent en centre-ville ! Les vases communicants ne fonctionnent pas en économie », rappelle Gontran Thüring, qui défend sa chapelle.

Sur le papier, le retour à un commerce de proximité est une belle idée. Mais quels centres-villes disposent de surfaces commerciales de 1.000 à 3.000 mètres carrés ? « Plutôt que sur l'opposition, c'est sur la complémentarité entre les typologies de commerce que doivent réfléchir les élus locaux mais aussi les propriétaires de centre-ville, parfois réticents à baisser leurs loyers pour s'ajuster à la réalité du marché », soutient Pascal Franceschi, fondateur du cabinet de conseil Franceschi Advisor. Pour ne pas faire des périphéries les nouvelles friches urbaines, une concertation, à l'échelle de l'agglomération, s'impose.

Les détracteurs de la périphérie ont beau agiter le chiffon rouge de l'étalement urbain, les mentalités



Lancé en mars 2018, le plan Action cœur de ville a remis la question des villes moyennes et de leurs centres-villes à l'agenda politique. Photo Shutterstock

semblent évoluer vers une conception élargie du territoire. Un sondage réalisé pour le CNCC par « La Gazette des communes » rapporte ainsi que 49 % des communes de moins de 10.000 habitants et 61 % de celles de plus de 10.000 considèrent les centres commerciaux de périphérie comme des partenaires de l'élaboration et de la mise en œuvre de la revitalisation des centres-villes. Une logique de couture urbaine dont l'intercommunalité porte la responsabilité et qui devrait s'exprimer au travers des ORT. L'objectif étant d'inciter des investisseurs privés à porter des projets immobiliers locaux, éventuellement mixtes, en cœur de ville. « Il ne faut pas tout attendre de l'Etat. Si l'on ne parvient pas à mobiliser les acteurs privés, les fonds publics ne suffiront pas à revitaliser les 50 % des villes du plan Action cœur de ville qui sont en difficulté », avertit Emmanuel Le Roch,

délégué général de la fédération Procos.

En sa qualité de membre du conseil d'orientation d'Action cœur de ville, le CNCC défend, de son côté, l'idée de microfoncières locales sous la forme de « Rotary Clubs régionaux », qui inviteraient les notables à placer leur argent dans des projets immobiliers en cœur de ville. « Nous souhaiterions que le gouvernement mette en place un outil spécifique dédié aux centres-villes, qui consisterait à aller chercher l'épargne des particuliers avec, à la clef, un dispositif de défiscalisation », explique Gontran Thüring. Auditionné par la commission des Affaires économiques sur le sujet, ce dernier nourrit l'espoir que le régime fiscal des SIIC (sociétés d'investissement d'immobilier coté) soit étendu à ces microfoncières lors du prochain projet de loi de finances. — Eugénie Deloire

## Les chiffres clefs

# 1,7

**MILLIARD D'EUROS** sont cofinancés par la Caisse des Dépôts (sur les 5 milliards du plan Action cœur de ville).

# 100

**MILLIONS D'EUROS** Sur les 1,7 milliard engagés par la CDC, 100 millions serviront à soutenir la préparation des projets de revitalisation du centre-ville.

## « Cinq milliards d'euros pour relancer l'investissement privé »

Propos recueillis par Eugénie Deloire

### Qu'apportent les Opérations de revitalisation des territoires à Action cœur de ville ?

Les actions du plan Cœur de ville sont préfiguratrices du déploiement des ORT qui va venir les conforter. Ce nouvel outil est au service du projet global du territoire centré, prioritairement, sur le renforcement ou la consolidation de la fonction de centralité. Avec trois clefs : le permis d'aménagement multi-sites, le droit de préemption urbain renforcé et le droit d'expérimentation. Cette nouvelle réglementation d'urbanisme commercial, issue de la loi Elan, facilite l'implantation de surfaces commerciales à partir de 2.500 mètres carrés pour l'alimentaire et de 5.000 mètres carrés pour le non alimentaire, dans les centres-villes. A contrario, tout projet commercial situé en dehors du secteur ORT pourra être suspendu sur saisine des élus ou à l'initiative du maire. Cet instrument ouvre la voie à un urbanisme commercial choisi et non subi, qui ne soit pas contradictoire avec la revitalisation des centres-villes.

### Faut-il opposer centre-ville et périphérie ?

Nous avons besoin de tout le monde. Depuis des décennies, on a éloigné des centres-villes les habitants, les commerces, les services et

**En réinvestissant ces cœurs de ville, on organise un rayonnement au profit de l'ensemble du territoire.**

**ROLLON MOUCHEL-BLAISOT**  
Préfet et directeur du programme national « Action cœur de ville »

les emplois, avec, pour effet pervers, des conséquences économiques et sociales graves. En réinvestissant ces cœurs de ville, on organise un rayonnement au profit de l'ensemble du territoire. Cela suppose que notre pays, qui bat le record du monde de l'équipement commercial en périphérie, remette son modèle en question et réfléchisse à ce que deviendront ces zones d'ici cinq à dix ans. Notre modèle de consommation évolue. Ce n'est pas un hasard si les enseignes reviennent en centre-ville : elles ont perçu un changement dans l'attitude des consommateurs. Néanmoins, cela ne signifie pas qu'il faille vider la périphérie pour tout concentrer en cœur de ville. Il faut, à l'inverse, trouver un meilleur équilibre afin de sortir la périphérie de son rôle de déstabilisateur du territoire.

### Comment attirer les investisseurs privés ?

Il faut considérer ces 5 milliards d'euros de financement du plan Action cœur de ville comme un fonds d'amorçage pour favoriser l'investissement privé. Les opérations spécifiques de restructurations commerciales dans les centres-villes, menées par l'ensemble des politiques publiques coordonnées et transversales que représentent les ORT, contribuent à changer l'image de marque des communes. Elles sont un gage de confiance pour les investisseurs. L'intérêt d'Action cœur de ville est d'inviter tous les acteurs économiques à imaginer le centre-ville de demain qui sera peut-être moins commercial mais davantage ouvert à la mixité. ■

## Le commerce, un sujet délicat à aborder pour les collectivités locales

Un an et demi après le lancement d'Action cœur de ville, les 222 villes signataires ont enclenché la phase préliminaire de diagnostic, mais le déploiement opérationnel n'a pas encore eu lieu.

Lancé en mars 2018, le plan Action cœur de ville a remis la question des villes moyennes et de leurs centres-villes à l'agenda politique, faisant de la fonction de centralité, sortie des radars ces dernières années, une priorité dans le débat public.

Un an et demi plus tard, où en est cet ambitieux programme, doté de 5 milliards d'euros, visant à redynamiser, en cinq ans, le cœur de 222 villes sélectionnées ? Premier constat, ce dispositif d'aide aux collectivités a permis la mise en place d'équipes dédiées et de programmes de financement pilotés par la Banque des Territoires. Celle-ci accompagne les villes dans l'élaboration d'un plan d'action en leur fournissant une méthodologie et des outils d'ingénierie territoriale.

« L'intérêt du plan Action cœur de ville réside dans son approche globale des problématiques des centres-villes. En mariant les compétences de tous les acteurs, il établit un diagnostic et envisage des solutions qui tiennent compte des réalités locales », explique Jérôme Le Grelle, directeur exécutif du département commerce conseil de CBRE France.

### Prise de conscience

C'est dans cette première phase d'étude, dont la durée devrait osciller entre un et dix-huit mois, que se débattent aujourd'hui la majorité des communes concernées. Même si, à en croire Jean Guiony, coordonnateur du plan Action cœur de ville au CGET (Commissariat général à l'égalité des territoires), la seconde phase d'activation des plans d'action devrait se concrétiser : toutes les villes ont répondu à l'exigence nationale de développer les projets de manière transversale en tenant compte de l'habitat, du commerce et du développement économique, de la mobilité et du digital, de l'architec-

ture et du patrimoine, de l'accès aux services et de l'offre culturelle.

Sur le volet du financement, les trois partenaires du programme – la Caisse des Dépôts, Action Logement et l'Agence nationale de l'habitat (Anah) – ont ajusté leurs modalités d'intervention pour coller au plus près des réalités du terrain et aux besoins des collectivités locales. « La Caisse des Dépôts s'est engagée à soutenir des territoires en difficulté en co-investissant sur des critères plus risqués et à des taux plus agressifs qu'elle ne le fait habituellement », indique Jérôme Le Grelle. Signe d'une prise de conscience générale de la nécessité de revitaliser les centres-villes.

Reste à savoir, toutefois, qui seront les porteurs des projets spécifiques tels que le réaménagement ou la requalification d'îlots de commerces désuets ou inadaptés. Le CGET a lancé un réseau d'opérateurs de commerce qui a vocation à transmettre ses compétences aux établissements publics locaux (SEM ou SPL) afin que ces derniers soient en mesure de monter des

opérations de portage immobilier et foncier sur le commerce. « Requalifier, puis remettre sur le marché des cellules commerciales requiert d'avoir les reins financièrement solides ainsi que des compétences techniques et architecturales », admet Jean Guiony.

### Un réseau d'experts à disposition des collectivités

Le CGET prévoit de consacrer une enveloppe d'une dizaine de millions d'euros à la constitution de ce réseau. Par ailleurs, l'imminent déploiement des opérations de revitalisation de territoire (ORT), qui vont au-delà du périmètre des 222 villes d'Action cœur de ville, va élargir le champ d'action des acteurs publics et donner aux maires des outils de maîtrise du foncier supplémentaires. La perspective des élections municipales de 2020 devrait faire éclore les engagements financiers en faveur des communes, dans les cinq années à venir. A moins que les projets soient ralenti par les batailles politiques. ■

**LES GARES //** Le commerce se développe dans les lieux de passage. La SNCF soigne ses grandes gares parisiennes dont les loyers servent également à améliorer le service dans les plus petites.

# Une multitude de projets commerciaux pour les grandes gares régionales

Il n'y a pas qu'à Paris que la SNCF veut mettre davantage de commerces dans ses gares. A Lyon Part-Dieu, en travaux depuis une année, est construite une voie supplémentaire pour accueillir le TGV Lyon-Turin. A cette occasion, les équipes de Retail & Connexions se préparent ainsi à tripler le nombre de boutiques en grimant dans les étages et en ajoutant des restaurants et des services. Prévu pour se terminer fin 2021, ce chantier est le plus gros en dehors de Paris pour cette filiale de l'opérateur historique chargée du commerce.

Et il se situe juste en face de l'un des plus grands centres commerciaux du pays, La Part-Dieu. La gare voisine de Lyon Perrache fait l'objet, elle, d'aménagements, plus modestes, pour faciliter les circulations entre le nouveau quartier de la Confluence, qui a donné naissance à un autre grand centre commercial du même nom, et le reste de la Presqu'île. Dans la région, Chambéry va gagner une poignée de nouveaux magasins, et la gare d'Annemasse se prépare, avec de 5 à 7 boutiques, à l'arrivée du Léman Express Genève-Bellegarde annoncée fin 2019. Ce qui n'empêche pas Bouygues Immobilier de développer son programme mixte Etoile, à deux pas.

## Objectif : doubler la redevance commerciale

« Chaque gare est unique par son architecture, sa configuration, son environnement, sa clientèle ou encore son histoire, c'est donc du cas par cas », explique Antoine Nougarede, directeur général de Retail & Connexions. Rien à voir entre la galerie marchande de 80 boutiques de Paris-Saint-Lazare, gérée par Klépierre, les ensembles livrés à Cannes, Bordeaux, Lille Flandres, Montpellier et les magasins du quotidien des petites gares. « Mais le fil rouge de notre travail, c'est d'avoir de belles gares, propres, sécurisées qui permettent d'accueillir les activités commerciales de base, de fournir des journaux, un tabac, quelques accessoires cadeaux ou souvenirs et de quoi se restaurer et, si la taille critique est là, un peu d'équipement de la personne. »

L'objectif est clair néanmoins : Gares & Connexions a demandé à cet ancien d'Idace, passé par Apsys et Unibail, de doubler les redevances commerciales générées par les magasins, les restaurants et la régie Médiatransports pour atteindre 360 millions d'euros en 2023. Ces revenus sont déjà passés de 170 à 214 millions d'euros depuis 2014, et les livraisons des grands programmes parisiens, Montparnasse d'ici à fin 2020, mais aussi la gare du Nord et celle d'Austerlitz, vont y participer.

Ces loyers en hausse permettent des investissements supplémentaires et contrebalancent la baisse des redevances payées par les compa-

gnies ferroviaires. Sur les 3.000 gares françaises, seules 400 abritent au moins un point de vente. Les autres se débrouillent avec des distributeurs automatiques !

Seule une cinquantaine peut donc abriter un pôle commercial. « Les 30 premières, dont les 6 gares parisiennes, contribuent pour 50 % au chiffre d'affaires total réalisé par nos commerçants. Les 6 gares parisiennes permettent de payer les travaux et de financer les 50 premières du pays. Et ces 50 permettent de financer les travaux dans les 3.000 autres », détaille Antoine Nougarede.

La presse, l'alimentation à emporter et la restauration apportent le plus gros des loyers. Mais pour améliorer la qualité, à Paris, comme dans toutes les grandes gares régionales, Retail & Connexions veut réinventer ses buffets, en ouvrant des bistrotts de grands chefs, qui ne feront pas disparaître pour autant les sandwichs sous plastique ! Il y a des projets à Chamonix, Brest, Nantes et plus tard à Nancy. A Rennes, en travaux depuis quatre ans, le triple étoilé Christian Le Squer ouvre son Paris-Brest à côté d'une trentaine de boutiques, comme l'ont fait Eric Frechon à Saint-Lazare, Thierry Marx à la gare du Nord, Michel Rostang à la gare de Lyon et bientôt Alain Ducasse à Montparnasse. Le Squer compte sur les voyageurs mais aussi sur les employés du quartier d'affaires EuroRennes, en plein développement.

## Fortes contraintes pour les locataires

En travaux, la gare de Toulouse est en réflexion pour une trentaine de boutiques et à Strasbourg, des points de vente et des terrasses vont s'installer sous la verrière. Les enseignes ne veulent pas aller partout. A Clermont-Ferrand, Starbucks a préféré le centre-ville à la gare. Le succès est mitigé à Marseille, qui a besoin d'un rééquilibrage vers la gare routière.

Car si le flux et le chiffre d'affaires sont assurés, au moins dans les grandes gares, les contraintes et les charges sont fortes pour les locataires. L'amplitude horaire plus grande, la sécurité renforcée par crainte des attentats dans ces lieux de passage, la logistique de livraison et de stock rendue délicate par l'étroitesse des lieux et l'absence de propriété commerciale (convention d'occupation du domaine public pour une durée limitée) ne leur facilitent pas la vie.

De plus, le client des gares a souvent peu de temps : les commerces de ces 30 premières gares capteraient 33 % des visiteurs et les transfèreraient en acheteurs à hauteur de 60 à 75 %, selon les gares, contre 77 % en moyenne dans les centres commerciaux.

— Vincent Lepercq



Lille-Flandres, Rennes, Montpellier : les galeries marchandes se développent dans les gares. Photos DR

## Les promesses du Grand Paris Express

**Le futur réseau de transports francilien ouvre de nouvelles opportunités aux enseignes. A condition de proposer une offre adaptée aux usagers, utile et rapide.**

Avec ses 200 km de lignes automatiques et ses 68 gares, le Grand Paris Express offre un nouveau terrain de jeu à l'immobilier commercial. Les projets fleurissent, préfigurant des nouveaux quartiers franciliens, créés ou réhabilités. « Il y a une vraie demande doublée d'une valorisation des biens autour des nouvelles gares, surtout celles opérationnelles à partir de 2024. Cet appétit des investisseurs pour le logement aura des répercussions positives sur les commerces en pied d'immeuble ou dans les gares », annonce Charles Toulat, directeur général délégué d'Atland développement. Parmi les gares les plus convoitées, figurent celles de Saint-Denis Pleyel, prévue pour 2024 qui accueillera 250.000 voyageurs par jour, Villejuif, à la jonction des lignes 15 et 14, ou Le Bourget, desservie par les lignes 16, 17 et le RER B. Le projet Les Lumières Pleyel longera le faisceau ferroviaire Nord-Europe sur 176.000 mètres carrés de bureaux, logements, hôtel, résidence pour étudiants, commerces et équipements sportifs. « Aujourd'hui, le commerce dans le métro n'existe quasiment pas. L'idée est donc de construire une offre dimensionnée selon les hubs de transports adossés à ces futures gares », affirme Magali Marton, directrice du département Research France chez Cushman & Wakefield.

## Clientèle pressée

Les gares du Grand Paris Express accueilleront trois typologies de clientèles : les usagers du métro pour un trajet domicile-travail, les voyageurs en vacances et ceux qui rejoindront les gares internationales. Plus ou moins pressée, aucune n'est supposée passer plus de trente minutes en magasin. Oubliée la sortie shopping, le commerce en gare se veut utilitaire. « Et procure des produits de commodité, pour des courses de dernière minute, où ce n'est pas forcément la valeur mais le nombre qui assure la rentabilité », poursuit Magali Marton. Le Grand Paris Express est ainsi l'occasion d'imaginer de nouvelles formes de commerce. « Il y a beaucoup à inventer, notamment au croisement de la distribution et de la "supply chain". Les gares peuvent devenir des points relais où récupérer des colis, proposer des services de "picking" et du "click and collect" augmenté par des ventes additionnelles en magasin », suggère-t-elle.

De cette façon, le futur métro francilien pourrait devenir un relais de croissance pour les enseignes menacées par Internet. « Le commerce en gare remplit une règle absolument indispensable au commerce : l'emplacement. Il est situé au contact d'un flux énorme et ininterrompu », note la directrice. Transférant la contrainte architecturale en atout, les opérateurs devront créer dans ces lieux de flux, de nouveaux pôles de vie intégrant des espaces de restauration, de loisirs et de coworking. — E. D.

## A Bobigny, la nouvelle gare se fait une place en cœur de ville

**Pour accueillir sa nouvelle gare, Bobigny transforme son centre commercial obsolète en place du village : un lieu de vie mixte et ouvert.**

L'implantation de la future gare de Bobigny a donné lieu au renouvellement du centre commercial Bobigny 2, une austère construction sur dalle datant de 1974. En lieu et place, le nouveau projet immobilier mixte « La Place », développé par le promoteur Altarea Cogedim, a voca-

tion à créer le centre-ville aujourd'hui inexistant de Bobigny et à reconnecter entre eux les quartiers de la ville. « L'enjeu de ce projet de 100.000 mètres carrés est de créer un cœur de ville et de vie incluant du logement, des bureaux ainsi que 9.500 mètres carrés de commerces de proximité en rez-de-chaussée », annonce Guillaume Petit, directeur AltaProximité et Projets Mixtes chez Altarea France. Autour d'une place paysagère de 1.700 mètres carrés, seront disposés des commerces de bouche, de 5 à 6 restau-

rants, un supermarché alimentaire de 3.000 mètres carrés et des services de proximité. Un atelier de location et de réparation de vélo, une recyclerie et une salle de fitness et 6 salles de cinéma viendront compléter cet ensemble.

## Des gisements à explorer aux pieds des gares

A la croisée des flux, au terminus de la ligne 5 du métro parisien et traversée par le tramway, la gare routière Bobigny-Picasso voit transiter près de 60.000 voyageurs par jour. Ce

noeud sera renforcé par la ligne 15 qui arrivera juste au pied de ce nouveau quartier mixte à horizon 2030.

Le chantier de « La Place » sera lancé au premier trimestre 2020,

# 60

MILLIERS

Le nombre de voyageurs qui transitent chaque jour par la gare routière Bobigny-Picasso.

pour une première livraison des logements au troisième trimestre 2022. « Ce quartier revitalisé apportera un nouveau souffle à la ville de Bobigny qui, grâce à lui, sera identifiée au sein du Grand Paris », affirme Guillaume Petit, convaincu que « les gares du Grand Paris représentent une opportunité de redéploiement et de re-densification de la ville ». A leurs pieds et autour d'elles, restent des gisements à explorer pour y développer des opérations immobilières mixtes.

— Eugénie Deloivre