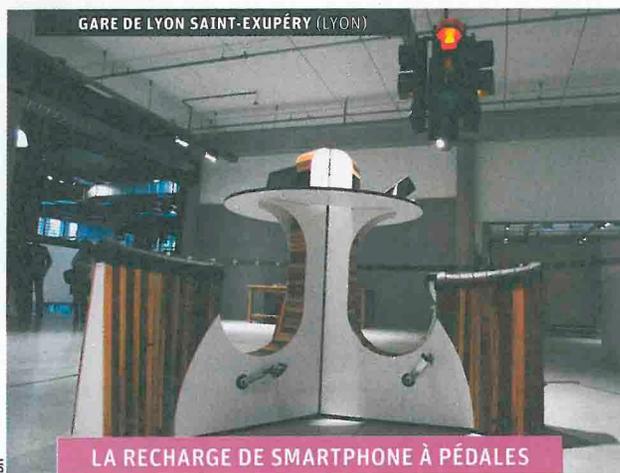


Dans les zones de flux, la course au spectaculaire

Dans les centres commerciaux ou les lieux de shopping de masse que veulent être gares et aéroports, les aménagements sont de plus en plus impressionnants pour rester ou devenir des « aimants » à clients.

Quel est le dénominateur commun de la salve de centres commerciaux qui sont récemment sortis de terre ou se sont offert un lifting? Ces unités cultivent, avec un soin inégalé, l'expérience client, la connectivité (applications mobiles, réseau wi-fi) ou le confort.

Des prérequis plus que nécessaires pour aimer une clientèle qui, décidément, boude les « blockbusters » commerciaux. Pour rappel, la fréquentation des centres commerciaux a encore fondu de 1,7 % en 2013, après un recul de 1,1 % en 2012. Surtout, l'indice de chiffre d'affaires a reflué de 1,6 % l'an dernier, pire encore que les -0,2 % de l'année précédente. Résultat, les investissements sont de plus en plus spectaculaires dans les malls. Végétalisation, digitalisation, équipements inédits et tactiles... Les espaces veulent mener le client au commerce, quitte à l'en éloigner un moment pour vivre une expérience à part. Voici quelques-unes des réalisations les plus spectaculaires de ces deux dernières années, sélectionnées par LSA. ■■ F. M.



LA RECHARGE DE SMARTPHONE À PÉDALES

Recharger son smartphone en pédalant comme sur un vélo. Associer les avantages de l'exercice physique à la production d'énergie verte pour recharger ses appareils électroniques. C'est l'idée de WeWatt, un appareil installé dans plusieurs aéroports ou gares belges et françaises. Chaque appareil dispose d'une place assise, de deux pédales, d'une table de travail et d'une prise standard (230 V).



LA GALERIE DE PORTRAITS

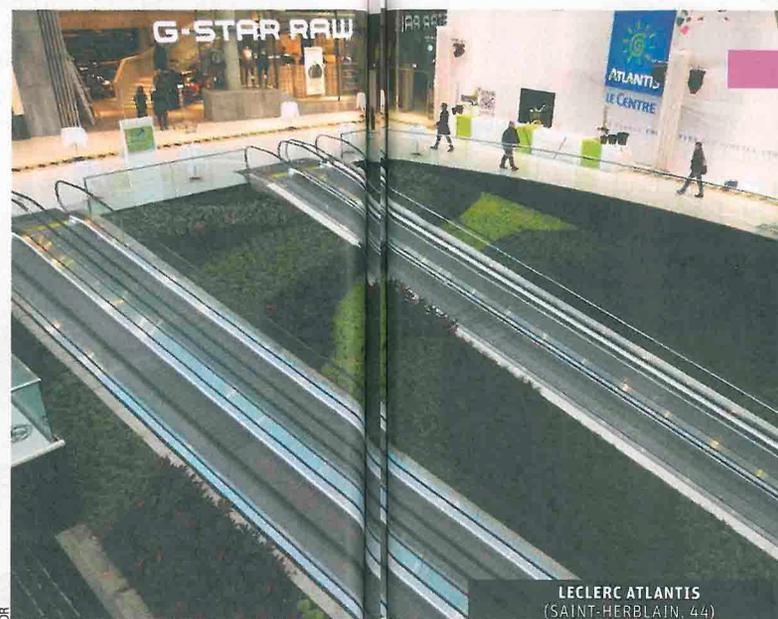
Problème : comment habiller un mur de 18 mètres de haut traversant les trois niveaux du centre commercial So Ouest, à Levallois-Perret (92)? Réponse : des portraits de famille, inspirés de l'appartement haussmannien (thème retenu pour ce centre par Unibail-Rodamco), qui empruntent à toutes les époques, et cachés des figures faussement immobiles, à la manière de Harry Potter. Ils peuvent même intégrer votre propre visage si vous vous faites « tirer le portrait » sur une borne Photomaton voisine.



QUARTZ (VILLENEUVE-LA GARENNE, 92)

LES ÉQUIPEMENTS INTERACTIFS POUR ENFANTS

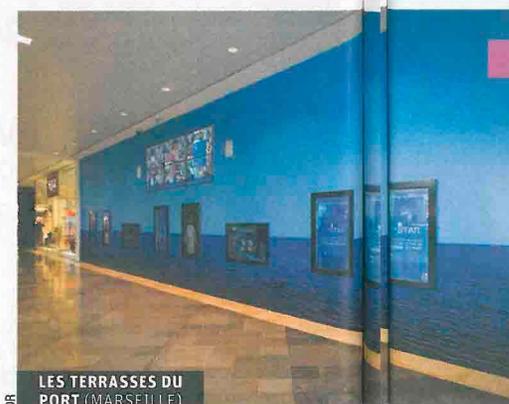
La société niçoise Hitech Fitness a équipé le nouveau centre « connecté » Quartz de sols et de murs lumineux interactifs, dans l'espace Quartz Game. Ces activités électro-ludiques d'un nouveau genre ciblent particulièrement les enfants, avec deux sols interactifs multisensoriels, mêlant sons et effets visuels. Ils sont composés de 1728 leds multicolores et recouverts de capteurs sensibles à la pression, pour courir, sauter, danser, jouer en groupe, sur des effets visuels et sonores.



LECLERC ATLANTIS (SAINT-HERBLAIN, 44)

LE RÈGNE VÉGÉTAL

Lors de son extension, achevée fin 2012, le centre s'est offert une parure végétale d'envergure, imaginée par les architectes Lameynardie, et le bureau d'études Gally, Les Jardins de Gally ayant réalisé le tout. La volonté du maître d'œuvre était d'intégrer la nature au cœur des espaces de vie. Résultat, des espaces « verts » intérieurs, entretenus sans pesticides; 5 500 plantes parsèment le centre.



LES TERRASSES DU PORT (MARSEILLE)

LE MUR DIGITAL

L'épicentre du shopping marseillais, œuvre d'Hammerson, propose, en face de la sortie des escalators du 2^e étage, une zone à fort trafic, un « Social Wall ». Via une série de huit écrans tactiles, les clients peuvent se prendre en photo affublés d'habits traditionnels d'Afrique, d'Asie ou de Méditerranée. Grâce à la réalité augmentée, ils la visualisent avant de l'envoyer par mail ou via Facebook. On trouve aussi un écran géant représentant une mosaïque de photos prises par les clients du centre, invités à utiliser leur mobile et à les diffuser sur Instagram ou Twitter. Dès qu'une photo est publiée avec le hashtag #lesTDP, elle est projetée sur l'écran.