

St Max Avenue, une oasis en pleine zone commerciale

Recréer le confort d'achat d'un cœur de ville en pleine jungle commerciale. C'est le pari de Jean-Michel Pacaud qui loge des enseignes citadines dans une « fashion street » ad hoc découpée au cœur de la zone picarde de Creil-Saint-Maximin.

Jusqu'à présent le retail park était le « modèle déposé » pour la réhabilitation des zones commerciales sauvages. Jean-Michel Pacaud, le dirigeant de la société JMP Expansion, crée un « sous-embouchement » dans cette catégorie d'immobilier commercial avec St Max Avenue, inauguré le 24 mars à Saint-Maximin (Oise). Cette promenade piétonne de 300 mètres chemine entre les hautes vitrines d'une trentaine de magasins. Au cœur de la zone de Creil-Saint-Maximin, qui a amalgamé depuis 1969, et dans le plus grand désordre, quelque 150 enseignes mass market (220 000 m²) avec Cora en locomotive alimentaire. Et le bataillon des Fly, Decathlon, Boulanger, Conforama, etc. Ce qui constitue la première zone commerciale de Picardie, au nord de Paris. C'est à la faveur du transfert de Castorama, libérant une emprise de 4 hectares, qu'est né St Max Avenue.

Un centre-ville rayé de la carte

Un peu comme si l'harmonie d'un jardin à la française surgissait dans le fouillis de cette jungle. Il y a, certes, des points communs entre les autres parcs

34
boutiques (dont
5 restaurants)

15284 m²
de surface plancher

45 M€
d'investissement

430 000
habitants, la zone de
chalandise entre
Beauvais, Compiègne
et le Val d'Oise.

25 mars 2015
Date d'ouverture
Source: JMP Expansion

commerciaux raisonnés et l'organisation de St Max Avenue. Cet ensemble à ciel ouvert soigne le confort et l'agrément du client avec ses auvents de protection et son parking unique à proximité. Mais Jean-Michel Pacaud, associé à la Financière Teychené et au commercialisateur White Stone, sont allés plus loin. Avec le slogan « 34 boutiques comme dans ma rue », St Max Avenue recrée le centre-ville qui fait dé-

faut à Saint-Maximin. Celui-ci fut en effet rayé de la carte... par des bombardements alliés, en 1944, visant des armements ennemis cachés dans les carrières de pierre de la ville. Et jamais rétabli dans le plan de reconstruction finalisé dans les années 60. Raison pour laquelle, un demi-siècle plus tard, le concepteur a voulu davantage qu'un simple retail park avec cette avenue « où les magasins

300 MÈTRES DE « FASHION STREET »

Sur l'ancienne emprise d'un Castorama transféré à quelques centaines de mètres en avril 2012, JMP Expansion a conçu un ensemble architecturé avec une trentaine de magasins distribués le long d'une promenade de 300 mètres.



tourment leurs façades, non pas sur les voitures des parkings, mais le long de notre promenade aménagée».

Des enseignes citadines acclimatées

Les Saint-Maximinois – et plus largement tous les chalands de la plus vaste zone commerciale de Picardie – ont donc, désormais, leur «fashion street». Qui, à part l'immédiate proximité, veut tout imiter d'un vrai cœur de ville. Jets d'eau, aire de repos, arbres en pots : le décor tranche avec les tristes voiries de la zone avoisinante. Les décrochements de façades, la variété des matériaux et des couleurs complètent l'allusion urbaine. De quoi acclimater les plus citadines des enseignes. Telle H&M dévelop-

« Nous recréons une ambiance de centre-ville avec ce lieu protégé et piéton, agrémenté d'aires de repos. Pour des loyers compris entre 200 et 350 €/m²/an, ménageant des taux d'effort raisonnables aux enseignes. »

Jean-Michel Pacaud, dirigeant de JMP Expansion



pée sur deux niveaux comme dans un centre-ville. Armand Thiery, Celio, Brice, Sergent Major alignent aussi leurs vitrines... En point de mire de l'avenue, Maisons du Monde s'étend sur près de 4 000 m² organisés en vastes espaces thématiques. Dans son bâtiment design, la griffe de Nike Factory

Store contribue à l'ambiance lifestyle du lieu. Où doivent encore ouvrir les enseignes Damart et Desigual, de même que plusieurs restaurants en plus de Subway, dont Hippopotamus. Ce projet est né d'une conjonction unique de particularités locales. Notamment l'absence de contre-poids commerçants dans les villes voisines de Saint-Maximin et Creil. Avec, *a contrario*, l'attractivité rayonnante de leur zone commerciale sur le Grand Bassin Creillois. S'il est difficile de reproduire *in extenso* une autre St Max Avenue ailleurs, l'expérience mérite pourtant d'être observée de près. Elle pourrait inspirer de nouveaux schémas de rénovation pour les si nombreuses zones sauvages de France à réhumaniser. ■

DANIEL BICARD

MAISONS DU MONDE EN LOCOMOTIVE

En bout de perspective et visible depuis l'extérieur de St Max Avenue, Maisons du Monde offre 3 987 m² de vente, organisés en vastes univers d'ameublement et de déco.

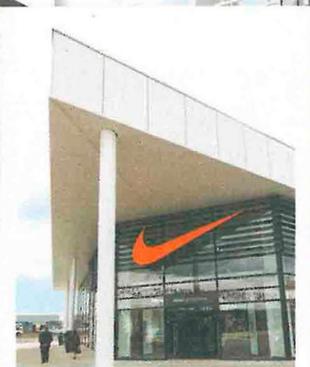
▼ AMBIANCE DE CENTRE-VILLE

Les décrochements dans l'alignement des bâtiments, de même que le jeu des matériaux et des volumes, reconstituent une rue de centre-ville contemporaine. Avec de vraies vitrines, comme il n'en existe pas en zones commerciales.



LA TOUCHE LIFESTYLE NIKE FACTORY

Encore une marque qui ne saurait se loger dans une triviale «boîte» en bardage. Nike Factory Store appose son emblème au fronton d'un bâtiment très design.



UN H & M DE STYLE URBAIN

Cette enseigne de centre-ville est emblématique de la démarche «d'acclimatation» périphérique voulue par JMP Expansion. Ses 1 900 m² se répartissent en deux niveaux. Et sa façade vitrée est largement ouverte sur l'espace piéton.



PREMIER DRIVE AXA BANQUE

Opérer un retrait de billets sans quitter son véhicule : c'est le test exclusif qu'Axa Banque lance à St Max Avenue, avec ce drive d'un nouveau genre. Situé sur le parking, il est disponible à toute heure.

