

POLYGONE POLYMORPHE

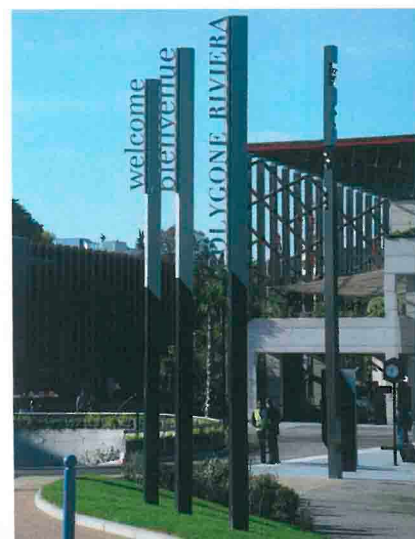
Depuis le début, ce lifestyle shopping center a joué sur les deux tableaux : l'art et le design. Promesse tenue : fin octobre, le tandem Socri-Unibail a ouvert les portes de ce temple de la consommation sans équivalent qui pourrait bien servir de modèle.

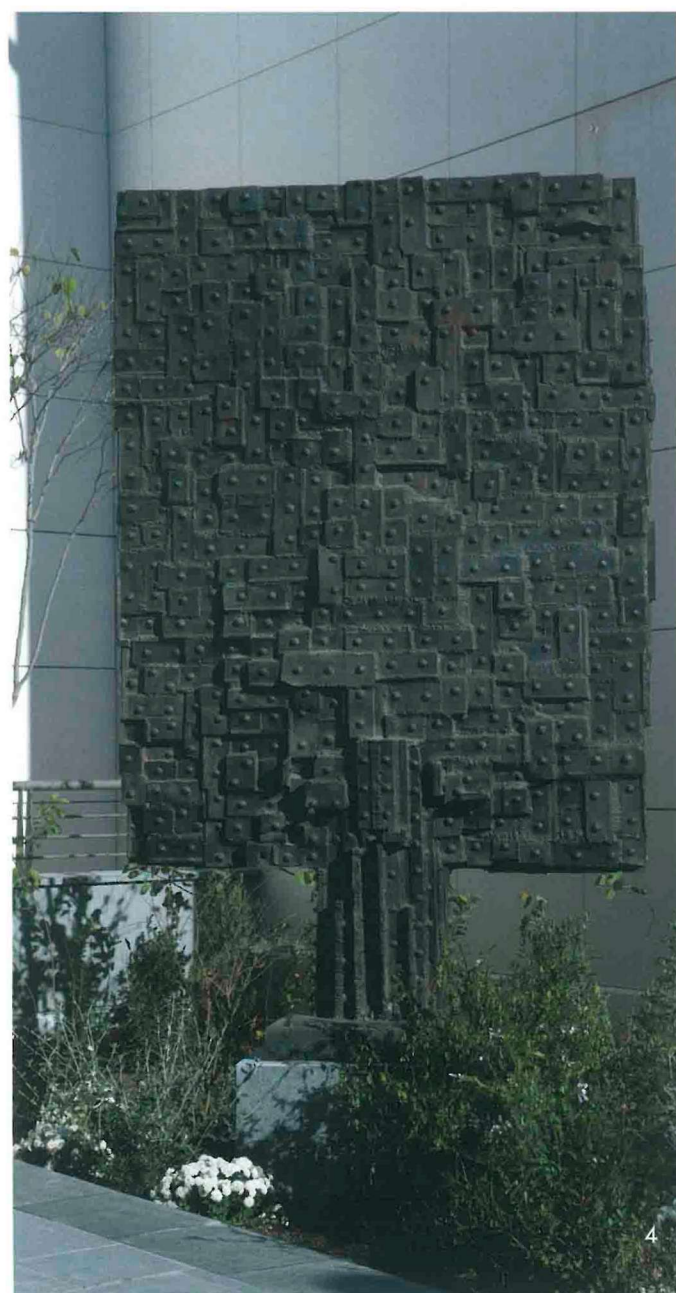


Un casque sur les oreilles, les visiteurs déambulent dans les allées, Smartphone à la main qui les guide parmi les œuvres d'art posées ça et là. Arrêt devant «Le Guetteur», 15 m de diamètre et 22 de haut ! C'est quoi ? La tête de Jules César par Sacha Sosno. Un peu plus loin, le collier de perles géant de Jean-Michel Othoniel... Un autre groupe arrive, encadré par des médiateurs culturels commentant la sélection de sculptures contemporaines de Jérôme Sans, direc-

Les consommateurs peuvent parcourir à pied des rues et des places dans quatre quartiers commerciaux différents, à l'ambiance changeante, inspirée de Sunset Boulevard ou de villages méditerranéens.

Situé en pleine Côte d'Azur, entre Nice et Cannes, cet ensemble commercial et de loisirs a été conçu dans une ambiance méditerranéenne. Doté d'une architecture contemporaine, il se présente sous la forme de plusieurs bâtiments organisés autour d'espaces intégralement piétons, dans l'esprit d'un «village».





1 - Au cœur d'une structure en verre fumé noir de 4 étages, «Le Guetteur» s'élève à plus de 22 m du sol, telle une figure de proue à l'avant du «navire» Polygone Riviera. Les visiteurs peuvent aller au plus près de cette œuvre d'art qui présente une terrasse panoramique avec vue à 360° depuis le 3ème étage.

2 - Une grande verrière surplombe l'entrée. La façade est habillée de verre et d'ocre. À ses pieds s'élèvent les jets d'une fontaine. Voici l'entrée du cinéma à Polygone Riviera.

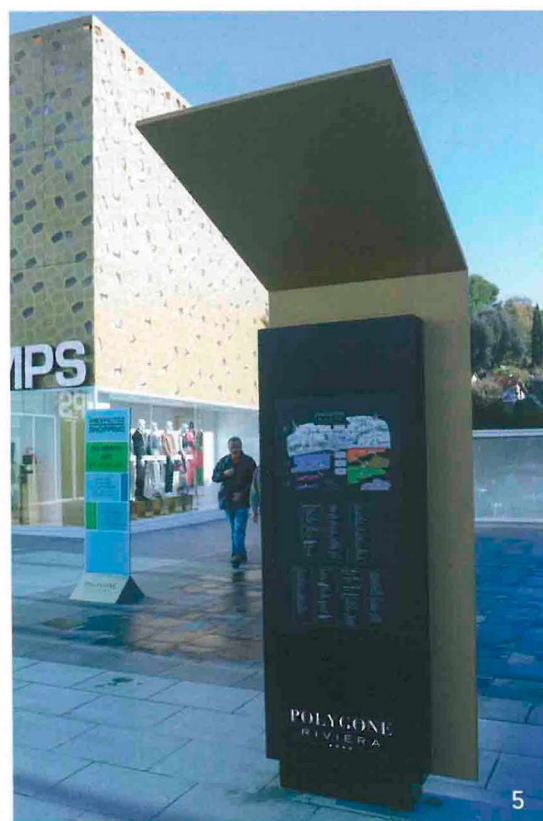
3 - Situé dans le quartier Lifestyle, le Casino Terrazur participe en plein à l'animation du centre et attire les amateurs de tables de jeux, qui constituent autant de potentiels consommateurs.

4 - Plus de 1000 arbres sont plantés à Polygone Riviera. C'est un véritable écrin de verdure qui a été conçu par l'architecte paysagiste Jean Mus dans lequel des touches minérales, par endroits, comme ici ce mur sculpté de pierre brute.

5 - La signalétique est à l'image du centre : élégants, les panneaux interactifs présentant les plans du centre se fondent dans le décor.

6 - Le Printemps apparaît comme la locomotive du centre. Habillé d'une élégante dentelle métallique, il propose 300 marques dont 200 exclusives sur 4 niveaux.

7 - Se revendiquant comme «lieu d'exposition à ciel ouvert», Polygone Riviera ponctue la visite d'œuvres d'art, comme ici cette sculpture en forme de boule froissée. De quoi séduire les quelque 34 millions de touristes qu'accueille la région.





LE MUSÉE SHOPPING DE LA CÔTE D'AZUR

Nom : Polygone Riviera

Adresse : Nice (Cagnes-sur-Mer)

Date d'ouverture : 22 octobre 2015

Direction : Jérôme Jacques (Socri Gestion)

Superficie : 70 000 m² Gla

Œuvres d'art : les œuvres de 11 artistes internationaux (Ben, Céleste Boursier-Mougenot, Daniel Buren, César, Antony Gormley, Tim Noble & Sue Webster, Jean-Michel Othoniel, Pablo Reinoso, Pascale Marthine Tayou et Wang du) sélectionnées par Jérôme Sans prennent place à Polygone Riviera

Nombre de magasins : 150, dont 26 restaurants

Locomotives : Le Printemps, Primark, CapCinéma (10 salles, 1800 fauteuils)

Offre : parmi les principales boutiques : Le Printemps, Uniqlo, Primark, Sephora, American Vintage, Eleven Paris, Havaianas, Massimo Dutti, Cos et &other Stories, H&M, Desigual, Forever 21, Pull&Bear, Undiz, Zara, Zara Home, Aubade, Lacoste, JD Sports, Mauboussin, Tiger, Nike, Botanic, Jeff de Bruges, Swarovski, Superdry...

Nombre d'espaces restauration : 26

Parkings : 3 000 places

Architectes : L35, Philippe Caron et Frédéric Ducic

Paysagiste : Jean Mus

Promoteurs-bailleurs : Socri et Unibail

Investissements : 350 millions

Financement : 50%

Socri, 50 % Unibail



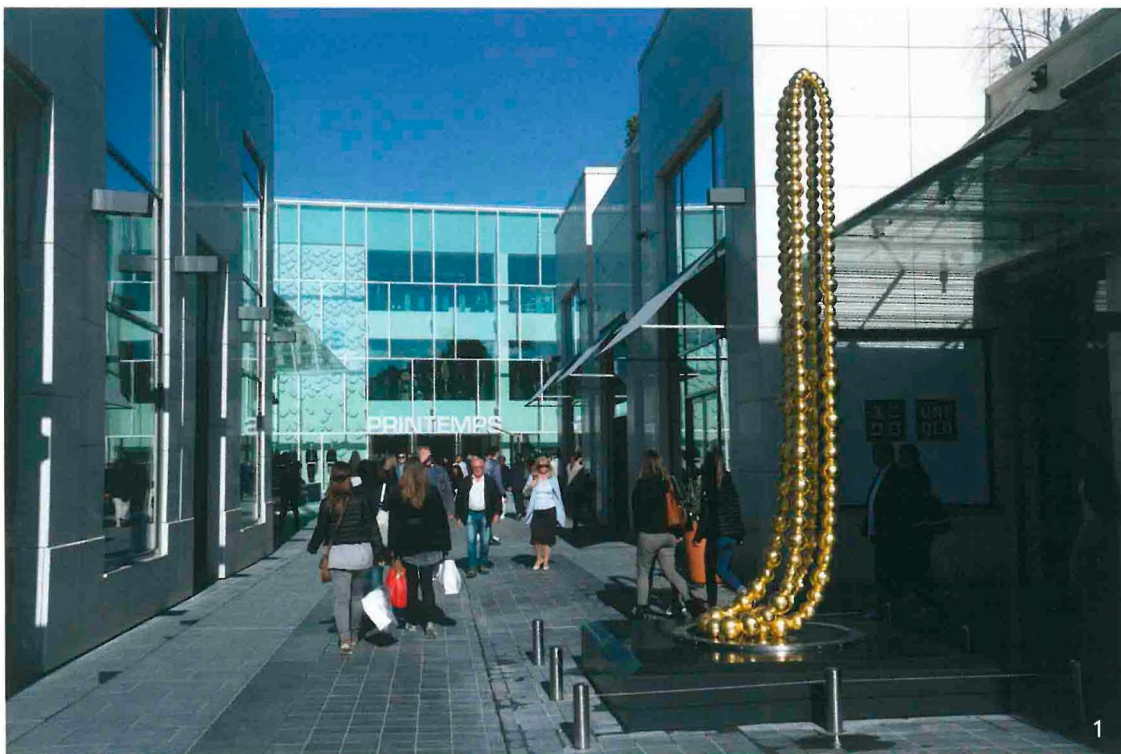
teur artistique du lieu. Pourtant, nous ne sommes pas au musée...

Nous sommes à Polygone Riviera, le centre commercial que vient d'ouvrir le tandem Socri-Unibail sur la Côte d'Azur, dont l'animation culturelle et sensitive semble vouloir être la pierre angulaire avec les chorégraphies aquatiques des fontaines dansantes, le théâtre de plein air, l'aire de jeux spectaculaire composée d'une pieuvre géante et d'une orque

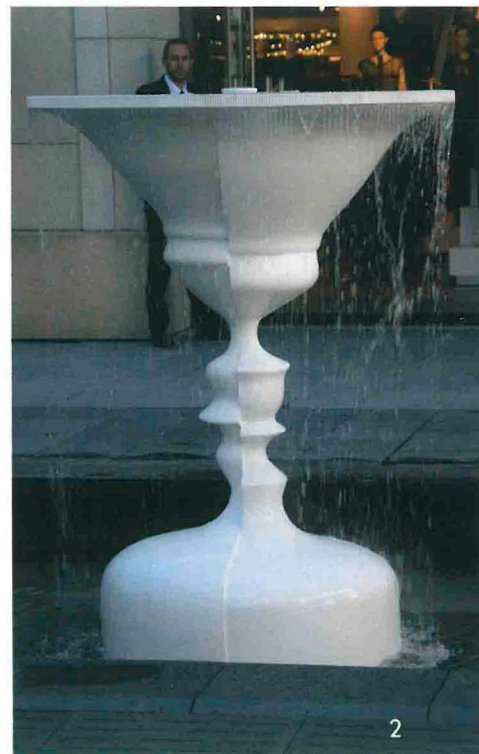
de 9 m en bois massif... Divertissement ou consommation ? Le client devra choisir ! Mais au moins, il sera là et ce sera aux enseignes de s'en occuper...

Tout cela constitue en tout état de cause un événement. Car, outre le décorum inhabituel, c'est aussi la dernière grande ouverture du secteur. La précédente remonte à 1982 : c'était celle de Nice Etoile... Faute d'avoir pu attirer des enseignes de luxe, bien implantées





1



2

à Cannes et Monaco, les promoteurs ont choisi la création sous forme d'une Designer Gallery. On y trouve Grand Playground, avec son espace dédié aux jeunes labels français ou internationaux, By Colette, une enseigne locale dénicheuse de tendances avec sa propre imagination et celle de petits créateurs. Et Nue 19.04, une marque de mode féminine...

Certains, comme La Langerie, sont même des pure players qui testent là une première boutique. S'ajoute, pour forcer le trait, un espace lounge avec des happenings dédiés à l'art et à la mode. Au total, ce coin de la création aligne une trentaine de boutiques, forgeant le caractère du site. Etes-vous lifestyle ? Urbain ? Minimaliste ? En voilà pour tous les goûts dans ce quartier à l'architecture méditerranéenne, façades en pierre et sols en granit.

Et au milieu coule une rivière... Une vraie,

1 - Un immense collier doré, conçu par Jean-Michel Othoniel, le spécialiste du verre, trône non loin du Printemps et d'Uniqlo.

2 - Des fontaines arty rythment le parcours, rendant la promenade shopping encore plus agréable.

3 - Tout le centre est travaillé dans les moindres détails : des petits « auvents » de verre permettent aux visiteurs de flâner sans se faire mouiller en cas de pluie. Des bancs, parfois même transformés en œuvre d'art, invitent à la détente. Certifié Breeam, le centre se distingue aussi par sa qualité paysagère : que ce soit au pied des magasins, dans des pots, des bacs, des jardins ou bien sur les toits des boutiques, la verdure participe pleinement au décor du mall.

avec un nom : le Malvan, qui conduit aux trois autres quartiers. D'abord celui des Saveurs, où se concentre la plus grande part de l'offre de restauration et de ses 26 restaurants qui gravitent autour du Cap'Cinéma de dix écrans et dix-huit cents fauteuils. Ensuite, la Promenade

des Palmiers avec Jeff de Bruges, et le Quartier des Arcades avec Lindt ! Sans oublier le Casino Terrazur, pivot central du dispositif – une première mondiale que ces tables de jeux dans un centre commercial, Las Vegas excepté !

En tout, 150 commerces font le marché, dont le tiers d'enseignes internationales et 45 % de commerçants indépendants, soit franchisés, soit multimarques. Un mix merchandising dans lequel les opérateurs n'ont pas eu droit à une grande surface alimentaire et ont donc dû faire feu de tout bois. Qu'importe ! Le Printemps sera, sur 6 000 m², la locomotive du centre... ou plutôt son vaisseau amiral, comme l'a désigné le maire, accompagné de Cos, &Other Stories et Bobbi Brown, qui mettent pour la première fois les pieds dans un centre commercial, Forever 21 qui découvre la région, Uniqlo et Harris Wilson, qui débarquent sur la Côte d'Azur.



3

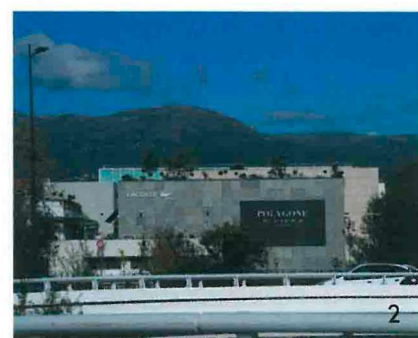




1 - Une grande partie des 26 enseignes de restauration se concentrent au sein du «Quartier des Saveurs» et de la Dining Plaza pour créer un pôle dédié aux plaisirs de la table et à l'animation. Un magnifique «arbre mikado» accueille les clients devant La Piazza.

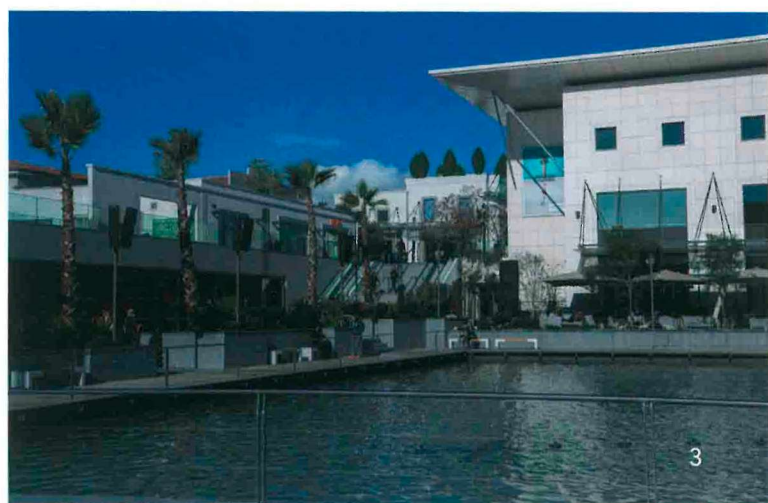
2 - Polygone Riviera se situe le long de l'avenue des Alpes, à Cagnes-sur-Mer, qui accueille déjà plus de 32 000 véhicules par jour.

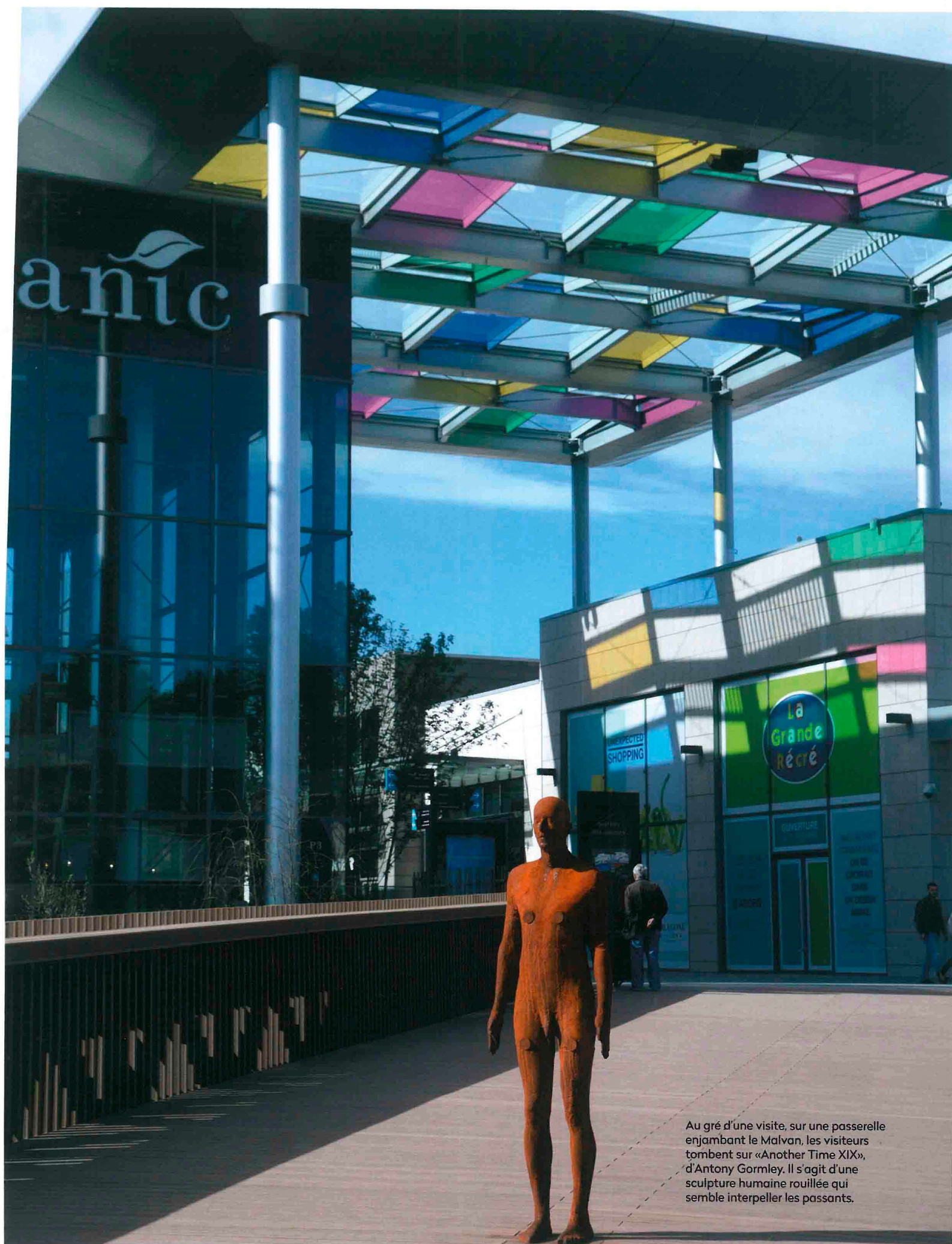
3 - 4 - Le Quartier des Arcades (marques iconiques), avec sa place provençale, adopte un style d'inspiration méditerranéenne.



Des exclusivités amenées à ne pas durer, notamment pour Uniqlo, bien décidé à s'installer en 2018 dans l'immédiat voisinage de Cap3000, actuellement en grands travaux. Les Niçois choisiront, bien entendu, cette proximité de deux mastodontes leur donnant une précieuse alternative et alimentant une compétition de commercialisation rarement atteinte ! Le travail n'est du reste pas tout à fait achevé. On attend encore l'ouverture de Reiss, si chère à Kate Middleton, qui réalisera ici sa première boutique en France, comme celle de Primark et d'une quinzaine de commerces cherchant encore preneurs.

Christelle Magaud





Au gré d'une visite, sur une passerelle enjambant le Malvan, les visiteurs tombent sur «Another Time XIX», d'Antony Gormley. Il s'agit d'une sculpture humaine rouillée qui semble interpeller les passants.



La liste des boutiques est longue : sur la promenade des Peupliers, se trouvent les incontournables Mango, Desigual, Zara, Bershka, Pull&Bear,... Sous la verrière colorée, Tiger, le magasin de design danois, présente sa sélection d'objets insolites, le géant Primark viendra renforcer les rangs en occupant 6 000 m² au printemps prochain, H&M et Forever 21 disposent de leur propre bâtiment... Au total, 150 boutiques sont disposées sur 70 000 m² Gla. Pour le plus grand plaisir des visiteurs, qui peuvent le plus souvent déambuler abrités, sous de spectaculaires verrières.

