

Les étudiants rêvent le centre commercial de demain

Hammerson a proposé aux étudiants en architecture et design de l'École bleue d'imaginer les centres commerciaux de demain, et le salon professionnel du Siec17 a fait de même avec les écoles du pôle pluridisciplinaire Léonard-de-Vinci. Loin de concepts high-tech déshumanisés, les millennials cultivent la solidarité, l'écoresponsabilité et l'empathie culturelle.

La plupart devraient occuper des postes clés dans les années 2040 ! En attendant, ils étudient pour devenir ingénieurs, architectes, designers, spécialistes du management ou du multimédia. De «jeunes cerveaux» déjà nourris de connaissances mais exempts de préjugés. Ils sont les candidats idéals pour imaginer, en toute indépendance d'esprit, les formes de commerce de demain ! Les professionnels des centres commerciaux les ont mis à contribution à travers deux initiatives, ce premier semestre. C'est avec l'École bleue d'architecture intérieure, située à Paris, que la société foncière Hammerson a noué un partenariat, pour soumettre le thème du «shopping mains libres» à 56 étudiants de 3^e année (sur cinq d'études). Sur les 18 projets de centres proposés, quatre ont été sélectionnés par un jury. La deuxième initiative était à découvrir au Siec17, salon de l'immobilier commercial organisé les 21 et 22 juin à Paris. Le Siec'Lab, espace dédié à l'innovation et au commerce de demain, exposait un choix de neuf projets, parmi les meilleurs conçus par 750 étudiants de 2^e année, répartis en 122 équipes, et issus de trois écoles ■■■■



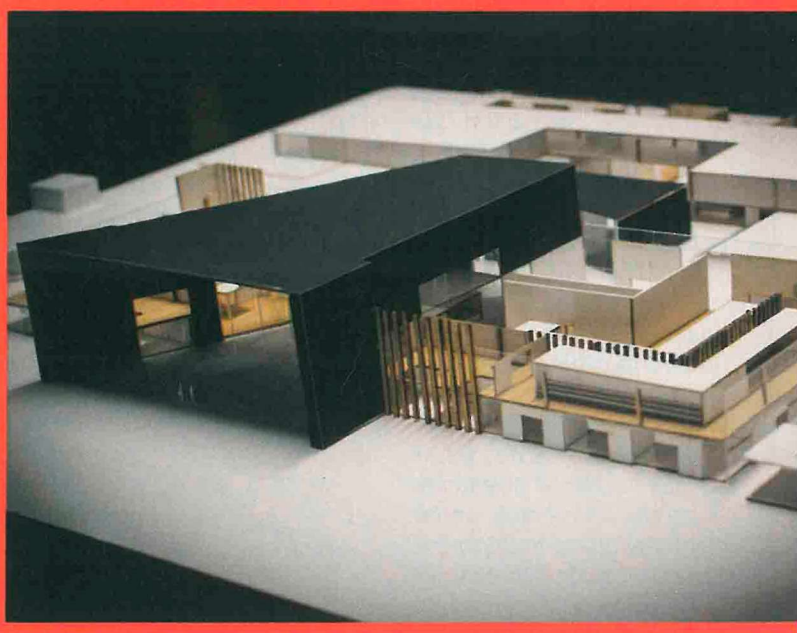
2^e PRIX

LE PROJET AUX CINQ ÉLÉMENTS FIVE

Le concept : une inspiration tirée de la nature à travers 5 éléments : l'eau, le feu, la terre, l'air et le métal, dont découlent l'architecture et l'offre.

La solution : des casiers accessibles avec la carte du centre où les visiteurs déposent et retirent librement leurs achats.

12 000 m²



**1^{ER} PRIX****LE PROJET MULTICULTUREL YOYO**

Le concept : un centre thématisé sur l'idée de voyage autour de 4 cultures : le Japon, le Brésil, le Maroc et l'Italie. Chacune se déclinant dans l'architecture, le design, l'offre commerciale et les loisirs.

La solution : chaque boutique est dotée d'un monte-charge qui alimente, en sous-sol, un espace de retrait conçu comme une conciergerie.

📏 20000 m²

Les projets
du partenariat
École bleue –
Hammerson
« *Le shopping
mains libres* »

3^E PRIX EX AEQUO**LE PROJET EN FORME
DE VILLAGE LA PLACE**

Le concept : un centre vu comme un village dans lequel on circule à vélo ! Le plan « centripète » fait converger la ligne de boutiques-maisons en spirale vers une place centrale.

La solution : des vélos équipés de casiers à garer de place en place.

📏 15000 m²



PHOTOS : ÉCOLE BLEUE/ HAMMERSON

**3^E PRIX EX AEQUO****LE PROJET ORGANIQUE YU**

Le concept : jouant l'analogie avec le corps humain, le centre commercial s'articule autour de trois cœurs, en intérieur, déclinant les univers alimentaire, prêt-à-porter et loisirs. Et de trois poumons qui étendent ces offres vers l'extérieur.

La solution : un espace de dépôt de colis dans chaque univers avec retrait en sous-sol au niveau des parkings.

📏 5000 m²

post-bac. Fédérées dans le groupe pluridisciplinaire Léonard-de-Vinci, ce sont l'Institut de l'internet et du multimédia (IIM) et les écoles de management et d'ingénieurs de Paris La Défense. Les étudiants avaient pour feuille de route « *d'imaginer le commerce de demain dans les centres* ».

Émancipation de la pensée

Ce qui frappe d'emblée dans l'approche de ces vingténaires est la façon dont ils ont transcendé le sujet proposé pour aboutir à des concepts extrêmement élaborés et originaux. Dans la droite ligne du mouvement « *d'émancipation de la pensée novatrice* » initié par le Conseil national des centres commerciaux (voir notre hors-série de juin, *Centres commerciaux, les nouveaux enjeux*, page 76). Et ce qui a plus encore étonné les organisateurs est le faible recours aux technologies digitales dans les projets, au profit de critères beaucoup plus humains. « *Cette génération a déjà intégré les révolutions technologiques et n'en use que comme relais de valeurs altruistes comme l'écologie ou la solidarité* », analyse Nicolas Rauber, fondateur du Siec'Lab. « *Ces millennials opèrent un singulier retour aux sources et aux valeurs d'authenticité et de proximité face au gigantisme et à la déshumanisation des grands malls* », complète Sandrine Bober, responsable marketing projets d'Hammerson France.

Le cadre physique des centres a été sublimé par les étudiants de l'École bleue. Le projet Yoyo mixe les cultures avec un concept dont le style architectural autant que le contenu marchand fait voyager au Japon, au Brésil, au Maroc et en Italie. La Place revisite le retail-park avec un plan de village en spirale menant des grandes enseignes locomotives en extérieur à une place centrale dédiée à l'artisanat. Le tout parcourable à vélos à casiers ! Plus « *cérébraux* », le projet Five puise son architecture et son merchandising dans les cinq éléments – eau, feu, terre, air et métal – avec un décloisonnement des boutiques faisant évoluer le centre vers le *department store*, tandis que Yu joue l'analogie organique avec un modèle unitaire de 5 000 m² qui peut se dupliquer à l'instar des cellules vivantes. Et s'ouvre aussi à la symbiose locale avec des kiosques dédiés à l'économie collaborative.

Les jeunes inventeurs du Siec'Lab ont aussi apporté des propositions très inspirées à la panoplie de services développables auprès des visiteurs. Tel Praxi & vous, plate-forme intergénérationnelle permettant aux étudiants, asso-

Les projets du Siec'Lab « *Le commerce de demain* »

COUP DE CŒUR DU SIEC'LAB

ELANOVA, LE PLEIN D'ÉNERGIE DES CLIENTS

Les visiteurs empruntent un « parcours énergétique » passant par des dalles piézoélectriques, les tourniquets et balançoires des aires pour enfants, un cours de zumba... Leur énergie collective récupérée s'affiche sur des panneaux, mais peut aussi être transmise à échelle individuelle sur application. Le tout converti en avantages clients.

PRAXI & VOUS, L'AIDE INTERGÉNÉRATIONNELLE

Sur la base du volontariat, mais sponsorisable par le centre ou un hyper, la démarche engage des étudiants, mais aussi le personnel du site ou des associations, à accompagner et aider les personnes âgées dans leurs courses.

COUP DE CŒUR LSA

TECHSLAB, L'ÉNERGIE VIENT EN MARCHANT

Grâce à des dalles piézoélectriques hydrauliques dans les aires de grands passages – aux extrémités des escalators par exemple –, les pas sont transformés en énergie. De quoi acheminer le centre vers l'autosuffisance énergétique (hors magasins).

ciations et autres volontaires d'aider les personnes âgées à faire leurs courses. La sensibilisation écologique s'impose en préoccupation majeure de la jeune génération. L'application EcoCC fait de la maîtrise des normes RSE fixées par les propriétaires à la fois un jeu et une source d'émulation pour les employés des enseignes. SASP fait du confort, de la propreté et de la sécurité l'affaire de tous en permettant au visiteur d'envoyer un signal au poste de sécurité dès qu'il détecte un problème.

Des solutions extrapolables aux centres-villes

Les étudiants en arrivent même à une sorte de poésie involontaire quand ils convertissent ce qui fait l'obsession des propriétaires de centres – la fréquentation, autrement dit les pas des



Les r



Les étudiants mettent davantage à l'honneur la solidarité et l'écoresponsabilité que les technologies digitales. Comme ici l'équipe de Praxi & vous.

© FRANK BARTLIXO & NICOLA GLEICHHAUF/SIEC



FIDELITY GO, LE BRACELET QUI RÉINVENTE LA FIDÉLITÉ

Adieu les collections de cartes de fidélité que l'on oublie ou perd. En entrant dans le centre, le visiteur emprunte un bracelet connecté multi-enseignes, qui accompagne son parcours, accumule des points et les transforme en avantages allant de bons d'achats à des invitations à des concerts en passant par des livraisons offertes.

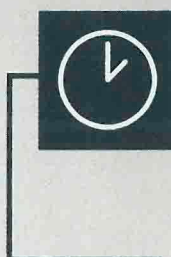
ECOCC ENTRAÎNE À L'ÉCORESPONSABILITÉ

Tous les employés des enseignes sont loin de connaître la charte RSE de leur bailleur! D'où l'idée de l'application EcoCC qui, à coups de notifications et challenges à relever, les sensibilise quotidiennement aux normes de climatisation, de chauffage ou d'éclairage à respecter.



STEPAPP CAPITALISE SUR CHAQUE PAS

L'application fait le compte des pas effectués par les clients. Ce cumul se transformant en offres exclusives, le système encourage à faire un tour complet et peut valoriser les zones froides en y démultipliant les points. De même, un classement pousse les visiteurs à se dépasser!

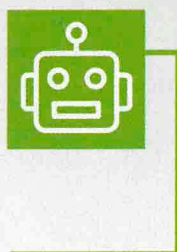


LINEPLAY TRANSFORME L'ATTENTE EN JEU

«Le temps d'attente en caisse ne pouvant être comprimé, changeons-en la perception», résumant les concepteurs. L'appli donne accès à des jeux d'arcade et permet surtout d'intégrer une communauté de joueurs avec qui comparer ses scores et chatter. Et gagner aussi des avantages d'achats.

BOBBY, LE ROBOT AMI POUR AVIS

C'est parce que tout le monde n'est pas prêt à se faire alpaguer par un humain pour livrer ses avis que Bobby le robot a été imaginé. Il vous reconnaît à partir de la carte de fidélité, ne pose pas plus de 3 à 4 questions, ne vous mobilise pas plus de cinq minutes. Et vous récompense avec des coupons sortis... de sa bouche!



SASP FAIT DE LA SÉCURITÉ L'AFFAIRE DE TOUS

«Santé, Avertissement, Sécurité et Propreté.» L'acronyme résume les points sur lesquels chacun peut veiller au confort de tous. Une personne qui fait un malaise, un début de rixe, une poubelle débordante, un dysfonctionnement... En trois clics, le client (préalablement identifié) alerte le poste de sécurité du centre.



visiteurs – en avantages tangibles! StepApp relève le challenge de faire visiter le centre pour lui-même et non pour ses magasins, puisque le cumul de pas faits par les clients est transformable en avantages magasins, ce qui incite

aux tours complets! Tandis que, via des dalles piézoélectriques, TechSlab et ElaNova transmutent ces pas en énergie électrique! Certes, il y a une part d'utopie dans certains de ces projets. Le robot interactif Bobby recueillera-t-il un jour les avis de clients à la place d'humains? Et le bracelet connecté à emprunter à l'entrée et à remettre à la sortie détrônera-t-il les cartes de fidélité? Pas sûr. Mais c'est précisément en poussant (trop) loin les *brainstormings* pour en retenir la quintessence que l'on innove vraiment. Parmi les petites graines semées par ces étudiants, certaines mériteraient de germer non seulement dans les centres commerciaux de demain, mais aussi dans les appareils commerciaux des centres-villes, où la plupart sont extrapolables. ■■

Les deux concours

→ PARTENARIAT ÉCOLE BLEUE/HAMMERSON

- Thème du « Shopping mains libres » soumis à 56 étudiants de 3^e année (sur cinq d'études) de cette école d'architecture intérieure et de design.
- 18 projets de centres proposés, 4 primés.

→ ÉDITION 2017 DU SIEC'LAB

- Thème « Imaginer le commerce et les services de demain dans les centres », soumis à 750 étudiants de 2^e année de trois écoles post-bac du pôle Léonard-de-Vinci.
- 122 équipes mises en œuvre, 9 projets retenus.

DANIEL BICARD ■■