

NOUVEAUX CENTRES COMMERCIAUX

L'art de montrer ou de cacher le commerce

Pour les six dernières grandes créations de 2017, plus question de triviales « boîtes à vendre » hérissées de totems marchands. Les centres se fondent dans le ciel, la nature ou la ville. Et font de petites nécessités commerciales de grands gestes architecturaux.

LE CONTEXTE

■ 183 700 m² commerciaux (plus de 320 magasins) ont ouvert entre le 18 octobre et le 29 novembre.

■ Sur les six opérations, trois se sont faites en centres urbains (extensions à Sénart et au Chesnay, création à Metz) et trois en périphéries (créations près de Lille, Amiens et Honfleur).

Ouvrir dans l'immobilier commercial tout en... se défendant d'en faire ! C'est la discipline, élevée en art majeur, qui s'est imposée dans la stratégie des foncières. Plus aucune n'ose, en effet, promouvoir une opération pour ses seuls attributs de commerces, mais la nimbe des vertus d'« espaces de vie », de « morceaux de ville » et autres « lieux expérimentiels ». Les vieux temples de la consommation n'ont décidément plus la cote. Les six grandes inaugurations d'octobre-novembre 2017 donnent autant d'illustrations de ce complexe du « montré-caché » commercial ! Formulé façon Jacques Séguéla, cela donnerait « *ne dites pas à ma mère que je suis dans l'immobilier de commerce... elle me croit urbaniste dans une grande ville* ». Ou dans le style Tartuffe de Molière : « *Avant de concevoir,*

prenez-moi ce pochoir, cachez ces magasins que je ne saurais voir. » Il est pourtant dans la nature du commerce d'être ostentatoire – sinon exhibitionniste –, comme le rappelle le mot enseigne, tiré de « signe », ou encore la mise en avant de la devanture. Architectes et concepteurs se sont donc attelés à imaginer les centres les plus admirables certes, mais les moins... visiblement mercantiles ! Le grand Satan commercial auquel ne plus succomber étant le barnum des panneaux et totems voyeuristes hérissés en entrées de villes.

Du vert et du verre

Ainsi, que voit-on extérieurement du tout neuf Promenade de Flandre poussé près de Lille, pour rayonner entre la France et la Belgique ? Un peu de ciel du Nord ! Ou, plus précisément, « *un bâtiment devenu instrument d'optique, une architecture cinétique visible depuis les axes routiers*, exprime Jean-Michel Wilmotte, de l'agence Wilmotte & Associés. *Avec leurs grandes lames verticales en aluminium miroir, les façades reflètent le paysage alentour en le fragmentant* ». L'essence commerciale de ce retail-park, conçu telle une enceinte préservée en forme de triangle, ne se dévoile qu'en explorant ses bâtiments ouverts sur un vaste parking arboré. Dont les frondaisons finiront par masquer en partie les lettres des enseignes en pourtour. Iconoclastie commerciale inenvisageable il y a vingt ans !

© FRANK BARYLKO & NICOLA GLECHAUFFREY



© UNIBAIL RODAMCO

SHOPPING PROMENADE

La patine des matériaux

Antoine Frey, avec le cabinet d'architecture Chapman Taylor et l'agence de design Brainjuice, a inventé un nouveau prototype de retail-park à Amiens (80). Si leur architecture était déjà soignée, elle était trop lisse et surtout prévisible. Shopping Promenade apporte un « supplément d'âme » en jouant la patine de matériaux chaleureux, et en ponctuant sa rue plus vraie que nature de détails et mobiliers conviviaux ou surprenants.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : création de Frey

Surfaces : 40 000 m² (32 magasins et 8 restaurants)

Date d'ouverture : 19 octobre 2017


CARRÉ SÉNART

Le nouvel écrin de verre

Jean-Paul Viguiier, l'architecte du Carré Sénart originel de 2002, a terminé son ouvrage. En créant le troisième côté qui complète le plan en triangle du site de Lieusaint (77). Avec une façade de 21 mètres de haut sur 130 de long recouverte de panneaux de verre dépoli créant, de jour comme de nuit, un effet de transparence. Un écrin pour la plus belle recrue en surface du nouveau Carré Sénart : les Galeries Lafayette.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : extension de Carré Sénart

par Unibail-Rodamco

Surfaces : 30 500 m² (68 nouvelles enseignes)

Date d'ouverture : 25 octobre 2017



© FRANÇOIS MONIER - SEPTIÈME CIEL IMAGES/ADANTAL

HONFLEUR NORMANDY OUTLET

La faille géologique

L'observateur placé sur le pont de Normandie, au pied duquel il a été édifié, ne verra de ce centre de marques « que du vert ». En effet, l'architecte Édouard François a imaginé le site comme un paysage de collines se soulevant et se fendant d'une faille pour faire apparaître une rue rythmée de place en place par des maisons de style normand, inspirées du vieux Honfleur (14). Le tout coiffé de 28 800 m² de toitures végétalisées.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : création par Advantail, Resolution Property et Shema

Surfaces : 12 700 m² (en première phase)

Date d'ouverture : 10 novembre 2017

Les magasins

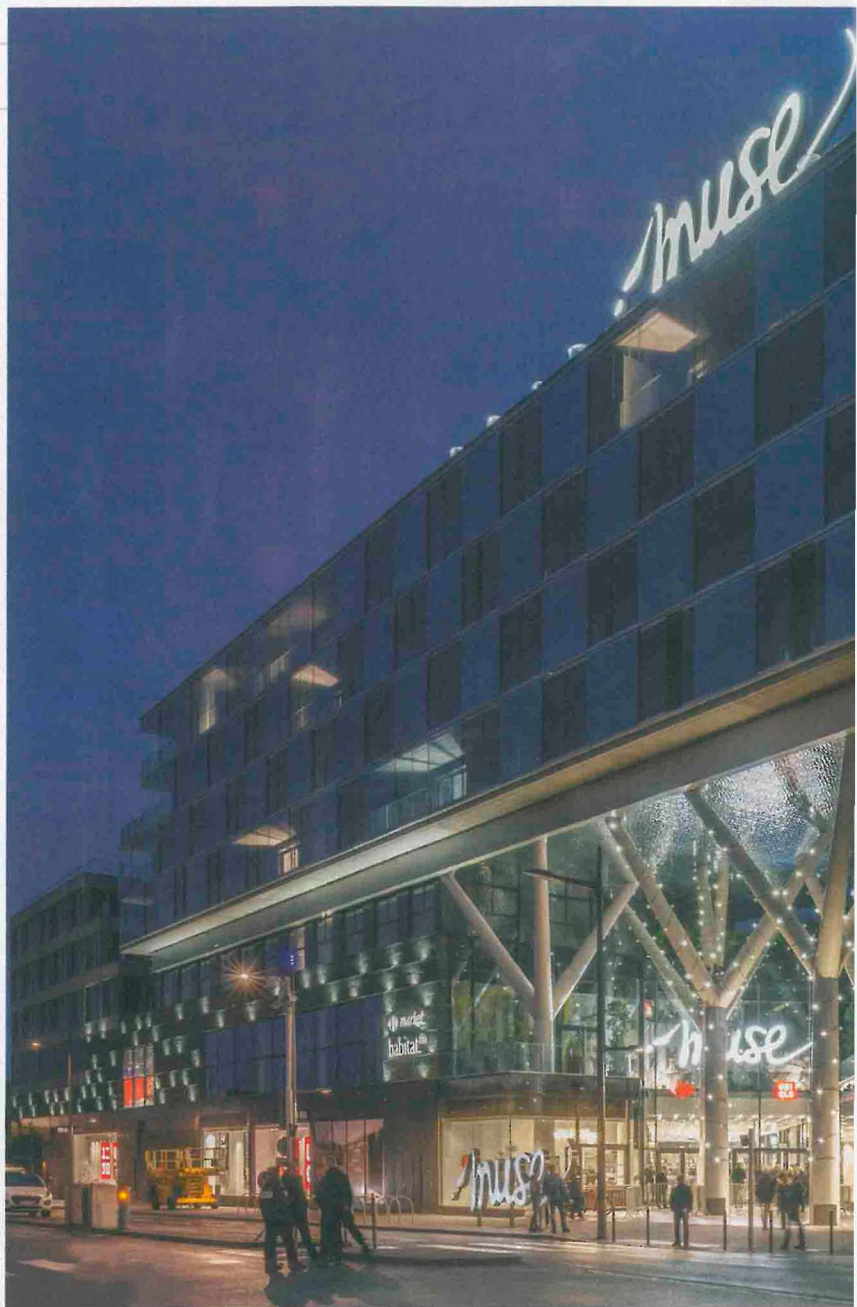
■ ■ ■ ■ ■ De la même façon, qu'apercevra-t-on du Honfleur Normandy Outlet, du haut du pont de Normandie au pied duquel il a germé dans des terres marécageuses? Du vert encore, quand les presque 30 000 m² de toitures végétalisées seront finalisés. Ici aussi, le commerce se camoufle dans « un paysage de collines se soulevant et se fendant d'une faille », décrit l'architecte Édouard François. Et, comme dans un rite initiatique, ce n'est qu'une fois entré dans cette craquelure que le visiteur découvrira une interprétation contemporaine des vieilles rues d'Honfleur, avec un mall ouvert rythmé de place en place par des maisons inspirées du style normand. L'outlet y exacerbe, pour le coup, l'esprit vitrine avec de très grandes façades vitrées optimisant la visibilité des marques.

Le verre est aussi à l'honneur dans le nouvel « emballage » de Carré Sénart, à Lieusaint (77). L'architecte Jean-Paul Viguier a même réalisé le cube transparent qu'il avait imaginé à la création du centre, quinze ans plus tôt. La galerie sur deux étages ajoute une façade en panneaux de verre dépolis, « apposée comme une seconde peau » et animée de jeux de lumière la nuit. Mais loin d'être un vaste écran à néons fluo, elle n'affiche de façon très sobre que deux noms, Carré Sénart et Galeries Lafayette, sa plus vaste recrue sur 6 000 m² et deux étages.

Empathie urbaine

Le commerce redevient noble aussi en se dissolvant dans de plus grands desseins. Ainsi Muse fait davantage qu'apporter 115 commerces et restaurants neufs à Metz (57). Ses fenêtres en damiers sont celles de 400 logements construits au-dessus, en plus d'une tranche de 10 000 m² de bureaux. Ce bâtiment mixte s'insère, comme la pièce d'un puzzle, dans une réalisation plus audacieuse encore, le nouveau quartier de l'Amphithéâtre. Et il joue l'empathie urbaine jusqu'à développer, en écho au Centre Pompidou-Metz, son voisin, un parcours d'œuvres d'art contemporaines spécialement créées.

Chacun essaie de trouver sa transcription originale à partir de l'épreuve commerciale commune. C'est encore Antoine Fréy, PDG de la société du même nom, qui a voulu changer les codes des retail-parks, ces centres à ciel ouvert, si bien « raisonnés » pour ordonner le chaos des zones commerciales qu'ils en étaient devenus aussi aseptisés que monotones. Le prototype de Shopping Promenade, ouvert à Amiens (80), prend le contre-pied du futurisme en vogue pour installer un commerce intimiste dans des



© MANUEL KHALFI/ANP/SYS

(Re)visitez les 6 inaugurations d'octobre-novembre 2017 sur LSA.FR



matériaux chauds et patinés. Même des moyennes surfaces comme GiFi ou Orchestra, habituées aux codes débridés des périphéries, font des concessions à ce rhabillage cosy.

Tout tient, au final, dans la sublimation de l'ajout commercial. Qu'est-ce que le Pont-Neuf, mall ajouté entre le corps originel de Parly 2 au Chesnay (78) et son extension de 1987? Physiquement, un « tunnel » complexe à intercaler entre des niveaux de parking. Pourtant le soin apporté à ses vitrines ouvertes, son décor de Saguez & Partners et son contenu de marques contemporaines en ont fait une nouvelle attraction du centre bientôt quinquagénaire. Jeter ainsi un pont du commerce vers de plus vastes perspectives design, urbaines ou humaines sera l'impératif de l'immobilier des années 2020. ■

DANIEL BICARD



MUSE

La pièce de puzzle urbain

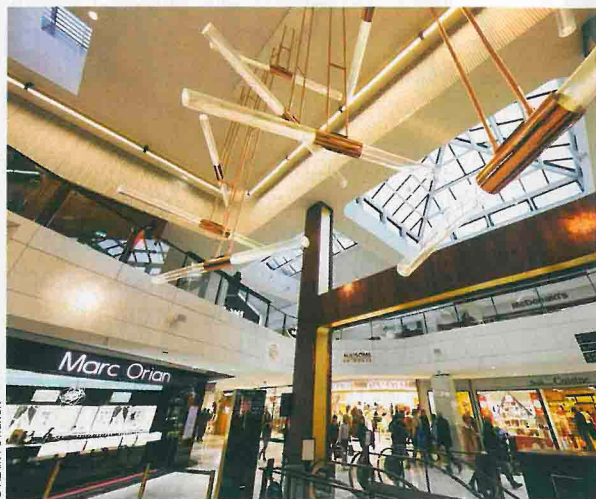
L'architecte Jean-Paul Viguier a coordonné le programme immobilier Muse à Metz (57), mixant en un site toutes les fonctions de la ville.

Au-dessus de trois étages de commerces, on trouve en effet 400 logements et une tranche de 10 000 m² de bureaux. Muse joue aussi l'empathie avec son prestigieux voisin, le Centre Pompidou-Metz, en intégrant une dimension artistique dans ses galeries.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : création par Apsys
Surfaces : 37 000 m² (115 commerces et restaurants)
Date d'ouverture : 22 novembre 2017

Les magasins



© ALAIN POTIGNON

PARLY 2

Le pont vers une nouvelle époque

Il manquait deux choses à Parly 2, édifié au Chesnay (78) en 1969, puis agrandi en 1987.

Un second mall pour boucler le parcours entre ces deux parties, jusqu'alors reliées par un seul passage étroit. Et des enseignes contemporaines pour moderniser son offre et rajeunir sa clientèle. Le mall du Pont-Neuf, aux vitrines beaucoup plus ouvertes que les autres magasins du centre, inaugure la nouvelle époque du centre bientôt quinquagénaire.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : extension du centre commercial Parly 2 par Unibail-Rodamco
Surfaces : 3 500 m² (le mall Pont-Neuf avec 16 nouvelles enseignes)
Date d'ouverture : 29 novembre 2017



© SAMUEL DRÖTTENMOCHAN

PROMENADE DE FLANDRE

Les reflets de l'aluminium

Jean-Michel Wilmotte (Agence Wilmotte & Associés) a voulu ériger un « signal fort » entre France et Belgique, les deux pays entre lesquels rayonne Promenade de Flandre à Roncq (59). Fort, mais surtout pas « criard », comme les bardages défigurant les entrées de villes. D'où l'habillage des façades en lames d'aluminium reflétant le ciel et générant des effets cinétiques selon l'endroit et le moment où on les observe.

→ LE CENTRE EN CHIFFRES

Opération : création d'Altarea Cogedim et d'Immochan (qui a racheté l'ensemble)
Surfaces : 60 000 m² (45 enseignes dont 5 GMS)
Date d'ouverture : 18 octobre 2017