



JULIEN FALSINAGNE / LE MONITEUR

« Une demande citadine »

On oppose trop souvent centre commercial et centre-ville. Historiquement, l'activité marchande a toujours pris place au cœur des cités. Il est vrai que la première génération de centres commerciaux des années 1960 et 1970 s'est construite sur un modèle américain d'implantation, lié à une urbanisation des zones périphériques. Mais dans les années 1980 et 1990, les projets ont davantage ciblé les secteurs urbains. Ainsi que le montre notre récente étude « Le centre commercial et le centre-ville », plus de 20 % des équipements inventoriés par le CNCC à ce jour y sont

implantés. Cela représente plus de 150 centres et une fréquentation annuelle cumulée de 850 millions de personnes. Aujourd'hui, nous assistons, d'une part, à une vague de restructurations et de rénovations d'équipements vieillissants. Ces chantiers ont surtout pour objectif d'ouvrir sur la ville des ensembles jusqu'alors trop introvertis. D'autre part, des créations nouvelles sont permises par la libération d'emprises foncières telles que des friches industrielles, tertiaires

ou ferroviaires. Tout cela est porté par la demande du consommateur citadin qui souhaite pouvoir rester dans son environnement, où il peut bénéficier d'une multiplicité d'offres, commerciales évidemment, mais également servicielles et culturelles... Enfin, ce mouvement est grandement favorisé par l'action d'élus qui refusent de voir leurs quartiers centraux se vider. Dans les conclusions de notre étude, nous appelons d'ailleurs les collectivités à s'impliquer plus encore et, notamment, à mettre en œuvre les moyens réglementaires et financiers propres à faciliter le montage d'opérations très complexes et longues à mettre en œuvre. ● Propos recueillis par Marie-Douce Albert

Gontran Thüring,
délégué
général
du Conseil
national
des centres
commerciaux

« Il faut oser les projets plus verticaux »

❷ Centre commercial et centre-ville sont-ils compatibles ?

Depuis sa création il y a vingt ans, Apsys (opérateur global en immobilier commercial, NDLR) est un ardent défenseur du commerce urbain. Nos réalisations historiques ont ainsi pris place en cœur de ville. Ces sites sont intéressants parce qu'ils vivent toute la journée grâce à la multiplicité des fonctions qu'ils accueillent : l'habitat, le travail, la culture,

etc. Le commerce complète cette expérience globale et, à une époque où les villes sont en forte compétition, il participe à l'attractivité des agglomérations.

Eléonore Villanueva,
directrice
marketing et
communication
d'Apsys

❷ Quels sont les impératifs de tels projets ?

Pour Apsys, une opération est une pièce unique, pensée en fonction de l'ADN local. Nous

sommes donc très exigeants sur la qualité architecturale. Ces projets réalisés en sites contraints relèvent de la couture urbaine. Pour Muse qui ouvrira en 2017 à Metz, l'architecte Jean-Paul Viguier, opère ainsi un vrai travail de porosité dans un nouveau quartier de la ville. Nos réalisations doivent faire le lien avec leur environnement et présenter un caractère citadin, avec des traversées, de la mixité d'usages...

❷ Mais les opportunités foncières sont rares...

Il faut sortir d'une vision d'un immobilier de plain-pied, sur de vastes emprises, et oser des projets plus verticaux. La reconstruction de Beaugrenelle par les architectes Valode & Pistre, en 2013 à Paris, prouve que, oui, proposer du commerce sur plusieurs niveaux, ça marche ! ● Propos recueillis par M.-D. A.



JULIEN FALSINAGNE / LE MONITEUR