

ACTIFS **HOT SPOTS**

COMMERCE

Duel au soleil

Par François Perrigault / Photos : © Groupe-6 et © Gérard Taride

Mon premier se réinvente, mon second se crée. Le premier est porté par Altea Cogedim, le second par Unibail-Rodamco et Socri. L'un est situé sur la commune de Saint-Laurent-du-Var, l'autre sur celle de Cagnes-sur-Mer. Mon tout : deux centres commerciaux qui ont pour objectif de capter un maximum de visiteurs en provenance de la French Riviera. Ce sont, ce sont... Cap 3000 et Polygone Riviera !

Honneur au doyen : Cap 3000 a ouvert ses portes le 21 octobre 1969, quelques jours avant le centre de Parly 2 en région parisienne. De fait, l'opus racheté en 2010 par Altea Cogedim peut se targuer du statut de premier grand centre commercial ouvert en France dans les années 1970 et 1980. Et, à l'approche de ses 50 ans, le pionnier des grands ensembles commerciaux

modernes s'offre une véritable cure de jouvence. « *Les travaux de rénovation et d'extension entamés en 2015 vont permettre de mettre le centre commercial aux normes de 2017, tant au niveau du design que de l'architecture* », explique **Roch-Charles Rosier**, son directeur.

Sous la houlette de l'agence d'architecture Groupe-6 et de l'agence de design intérieur Jouin Manku, la lumière naturelle a été amenée à l'intérieur du

bâtiment de 85 000 m² (ndlr : avant les travaux) grâce à de grandes verrières. En parallèle, le sol a été changé pour installer du parquet et du granito, la hauteur des vitrines du premier étage a été agrandie, un ascenseur panoramique a été créé, de nouveaux escaliers ont été aménagés et un écran immersif de près de 100 m², « *Digital Wave* », a été installé pour des animations collectives en réalité augmentée...

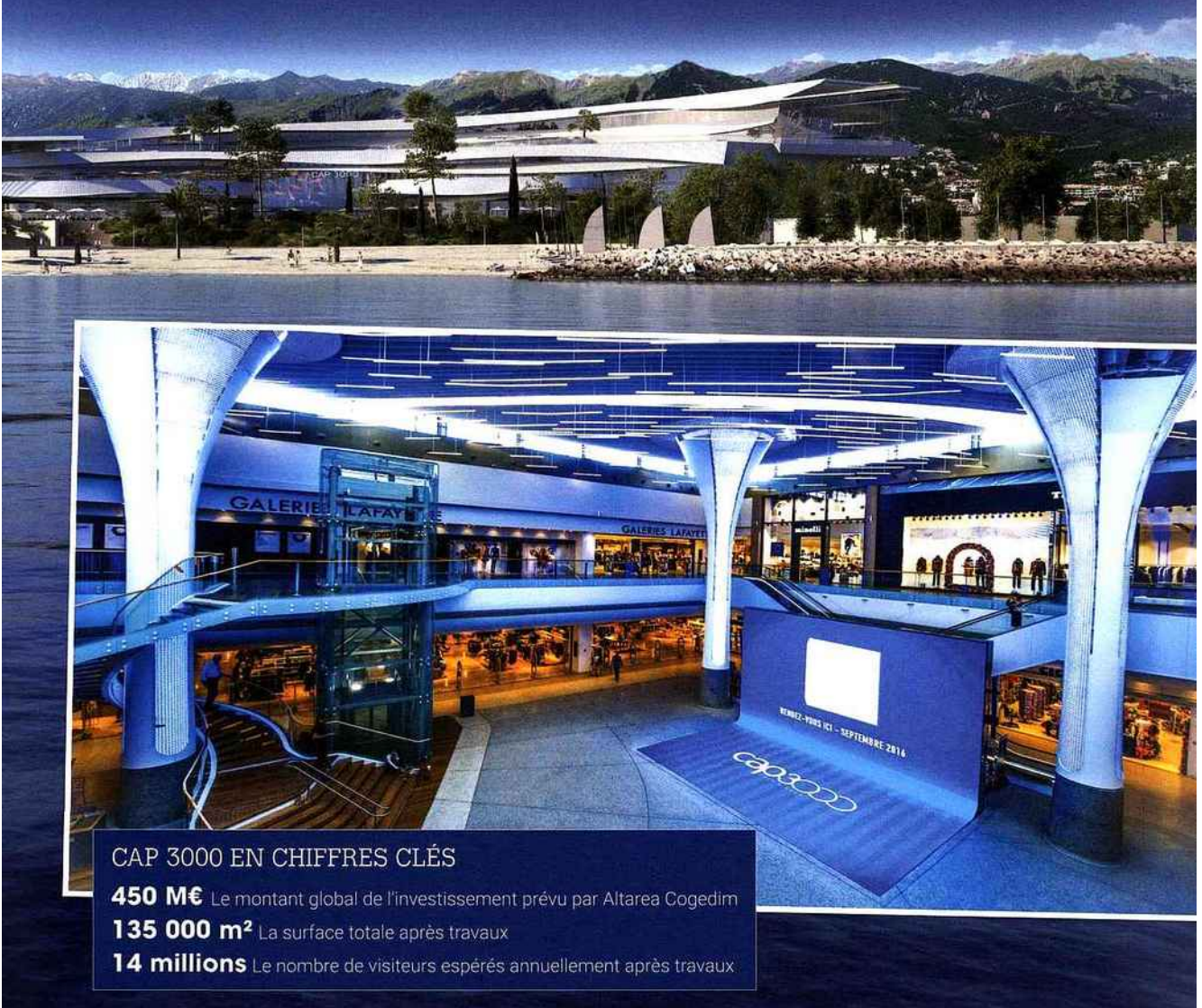




Cette phase du chantier a pris fin en septembre 2016. Quant aux travaux d'extension, ils battent leur plein. Ils permettront à terme à Cap 3000 de développer 135 000 m². Une augmentation de la surface qui se traduira par le passage de 145 à environ 300 boutiques. Levi's for women et Uniqlo ont déjà rejoint les Galeries Lafayette (ancien propriétaire), Apple Store et autres enseignes déjà présentes au sein du jumbo de Saint-Laurent-du-Var, par ailleurs en zone touristique internationale et donc ouvert le dimanche. « Nous ambitionnons de faire passer le chiffre d'affaires du centre commercial de 412 M€ à environ 800 M€ après travaux », souligne Roch-Charles Rosier. Et d'ajouter : « Nous visons une fréquentation de 14 millions de

visiteurs par an en rythme de croisière, contre 10 millions actuellement. » Des objectifs à la hauteur de l'investissement consenti par Altarea Cogedim. Au global, le groupe fondé par Alain Taravella a budgété 450 M€ pour métamorphoser son joyau. Un montant qui comprend aussi les dépenses en infrastructures. Le nombre de places de parking sera ainsi porté à 4 700 contre 3 000 actuellement. Le propriétaire prend en charge 85 % de l'investissement nécessaire pour améliorer les accès entre les grands axes routiers et son actif. Et le directeur du centre de glisser pour parfaire le tableau : « Nous avons demandé aux autorités compétentes la réalisation d'un téléphérique qui ferait le lien entre la porte de Nice du centre et les

usagers de la ligne 2 du Tramway, le long du Var. Nous souhaitons également aménager une béisurface sur le toit du centre commercial pour accueillir les clients en provenance de Saint-Tropez, de Cannes... Et des pontons ont été imaginés sur la plage pour accueillir des yachts. » La mer Méditerranée se trouve en effet à quelques mètres du centre commercial. Un atout formidable qui n'a pas été oublié dans le projet. Les plages ont ainsi été restructurées et un nouvel espace de restauration a été pensé face à la grande bleue pour offrir aux visiteurs une vue époustouflante sur la baie des Anges. Quelques kilomètres plus loin, Polygone Riviera a également fait de son environnement immédiat un point fort.

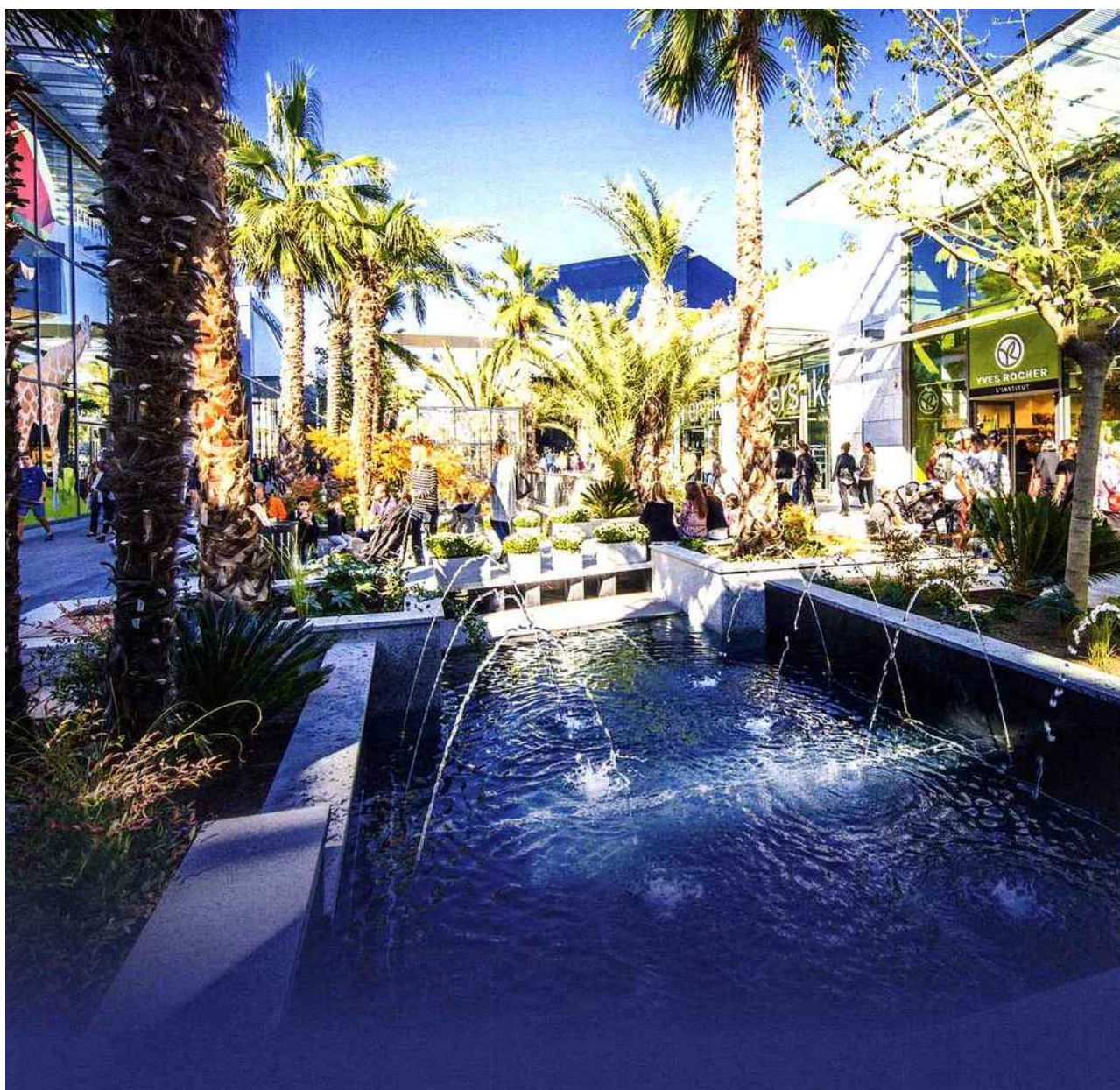


CAP 3000 EN CHIFFRES CLÉS

450 M€ Le montant global de l'investissement prévu par Altarea Cogedim

135 000 m² La surface totale après travaux

14 millions Le nombre de visiteurs espérés annuellement après travaux.



LE « LIFESTYLE MALL » DE LA CÔTE D'AZUR

Si l'opus d'Unibail-Rodamco et Socri, ouvert fin 2015, n'est pas à proximité immédiate de la mer, il fait face aux montagnes de l'arrière-pays de Cagnes-sur-Mer. « Nous avons imaginé des percées dans l'aménagement du site pour permettre aux visiteurs de profiter de ce cadre magnifique », explique **Pierre-Antoine Desplan**, directeur général adjoint de Socri REIM. Et d'ajouter : « Le contact direct avec la nature constitue une des spécificités de Polygone Riviera par rapport aux autres centres commerciaux de la Côte d'Azur. » Ainsi, une place importante a été accordée à l'eau à travers les fontaines et l'intégration de la rivière du Malvan dans le projet. La végétation,

abondante et variée, parsème quant à elle l'ensemble du site. *Last but not least*, Polygone Riviera est un actif à ciel ouvert. « Nous nous sommes inspirés des lifestyle mall aux États-Unis pour imaginer Polygone Riviera », poursuit Pierre-Antoine Desplan.

Une ligne directrice qui se traduit notamment par une organisation en quatre quartiers : celui des saveurs, la promenade des palmiers, le quartier des arcades et la *designer gallery*. Agrémentées de bancs, des rues piétonnes et avenues commerçantes relient ces quatre morceaux de ville entre eux. Un train permet également de parcourir le site, le mail principal ne faisant pas moins de 1,8 km. Autre particularité de Polygone Riviera : la place accordée à l'art. Pas

moins de onze œuvres d'artistes – Ben, Daniel Buren ou César – sont exposées de façon permanente. Et des expositions temporaires sont régulièrement organisées. Prochaine à venir : celle de l'artiste français **Philippe Ramette** du 7 juin au 7 octobre.

Les loisirs n'ont pas été oubliés non plus. Polygone Riviera a été érigé autour du casino Terrazur du groupe Tranchant. Outre les traditionnelles machines à sous et autres jeux de table, l'établissement dispose d'une salle accueillant concerts et spectacles. Quelques mètres plus loin, un complexe cinématographique a été réalisé. « Les multiplex sont rares sur la Côte d'Azur », souligne le directeur général adjoint de Socri REIM. *C'est un vrai driver pour le centre.* « Côté restauration,



HOT SPOTS ACTIFS

POLYGONE RIVIERA
EN CHIFFRES CLÉS

350 M€ Le montant global de l'investissement réalisé par Unibail-Rodamco et Socri

120 000 m² La surface de Polygone Riviera

8 millions Le nombre de visiteurs par an

une des marques de fabrication des produits développés par Unibail-Rodamco, les concepteurs ont constitué un *food court* d'une vingtaine d'établissements rassemblant acteurs locaux et grands groupes. La mixité prévaut également pour l'offre commerciale. Les visiteurs de Polygone Riviera retrouvent aussi bien des enseignes *mass market* comme Primark, Zara ou H & M que des marques haut de gamme comme Le Printemps, Georges Rech ou Tesla. Au total, le site compte environ 150 cellules commerciales, quasiment toutes occupées. « Beaucoup de nos enseignes n'avaient pas encore de boutiques sur la Côte d'Azur, précise Pierre-Antoine Desplan. Nous avons prêté une grande attention à ce point pendant la commercialisation pour nous démarquer de Cap 3000 et des centres-ville de Nice et Cannes. » Autre élément

de différenciation : chaque bâtiment est unique de par sa couleur, son type de pierre, sa végétation ou sa hauteur. Et pour ne rien gêner, les commerces du site conçu par l'agence d'architecture peuvent ouvrir le dimanche. Ils se situent en effet en zone touristique internationale.

« Nous avons voulu créer une alchimie pour faire de Polygone Riviera un lieu de destination, conclut Pierre-Antoine Desplan. Plus de deux tiers des clients viennent pour se promener et décident de réaliser des achats sur place. » Selon les chiffres communiqués par les propriétaires qui ont consenti un investissement global de 350 M€, le centre attire 8 millions de visiteurs par an. Une performance qui le range dans la catégorie des objets commerciaux incontournables de la French Riviera comme son aîné Cap 3000.