



Les stratégies

AMÉNAGEMENT

Controversé, l'immobilier commercial se défend

Avec leurs propositions de gel du développement des périphéries ou de taxe antibétonnage, les élus politiques ont trop vite décoché leurs flèches contre des professionnels de l'immobilier aussitôt mobilisés pour défendre leur métier.

LES ATTAQUES

- **L'idée de moratoire gelant l'extension des zones commerciales périphériques**, lancée par le député Patrick Vignal, président de l'association Centre-Ville en mouvement.
- **Le projet du ministre de la Transition**

écologique, Nicolas Hulot, de taxer les « bétonneurs » de terres agricoles.

- **Certains politiques** rendent la grande distribution responsable de tous les maux du commerce des cœurs de ville.

LES RÉPONSES

- **La liberté d'installation** du commerce est protégée par le droit.
- **Les opérateurs contribuent au renouveau** des villes par leurs travaux de « couture urbaine ».
- **Les extensions sur des aires déjà urbanisées**

L'emportent de loin sur les créations *ex nihilo* en terres agricoles.

- **Le commerce en ligne progresse sans limites législatives**, horaires ou géographiques pendant que l'on brime les mètres carrés commerciaux « physiques ».



© PHOTODISCIA DÉPÊCHE DU MIDI-PYRÉNÉES

La blessure des professionnels de l'immobilier commercial était encore vive durant leur rendez-vous annuel au salon du Mapiç, organisé du 15 au 17 novembre à Cannes. Même si les attaques des élus qui, à la rentrée 2017, avaient ouvert les hostilités, ont depuis fait long feu. Première offensive le 7 septembre. Patrick Vignal, député LRM de l'Hérault et président de l'association Centre-ville en mouvement, déclare le centre-ville « grande cause nationale » en 2018. Et propose un moratoire d'un an gelant les extensions des zones commerciales périphériques, rendues responsables de la vacance intra-urbaine. Mais la mesure, un temps examinée par Jacques Mézard, le ministre de la Cohésion des territoires, ne semble plus être à l'ordre du jour.

Deuxième flèche, début octobre, avec la rumeur de taxe « antibétonnage » voulue par Nicolas Hulot, ministre de la Transition écologique et solidaire, pour lutter contre l'artificialisation des terres agricoles. « Ces propositions étaient belles à saisir par un gouvernement entrant et sans secrétariat d'État au commerce, prompt à prêter attention au dernier qui tape sur la table », déplore Bertrand Boullé, président du cabinet Mall & Market. Au moins les politiques en veine de réformes ont-ils appris qu'ils devraient davantage approfondir leurs dossiers face à une profession riche d'arguments pour se défendre.

Des visions à réactualiser

« En tant que développeurs et gestionnaires de centres intra-urbains, nous ne nous sentons pas concernés par l'idée de mo-

ratore, clame Julien Goubault, directeur de la communication de Klépierre. Sur les 3 milliards d'euros de projets de développement que nous avons en Europe, seuls 20 % sont des équipements nouveaux. Les 80 % restants concernent des rénovations ou des extensions, dont les surfaces sont prises sur des aires déjà urbanisées. Ceci est encore plus vrai en France, où Val d'Europe s'est en partie agrandi sur d'anciennes voies ferrées, ou encore pour le futur Prado, à Marseille, qui densifiera le cœur du 8^e arrondissement en s'adossant au stade Vélodrome. »

Loin d'être des bétonneurs à tout-va, « nous sommes des acteurs raisonnables et pragmatiques, héritiers de l'histoire de Cora, argumente Maël Aoustin, directeur général de Galimmo, détenant 51 galeries en France adossées aux hypers du groupe.



© UNIBAIL-RODAMCO

« Deux vastes réhabilitations, l'îlot Gaîté à Paris et La Part-Dieu à Lyon, vont nous permettre de reconnecter ces sites avec leurs quartiers. Ils sont le sinistre héritage de l'architecture sur dalle des années 70, isolés de la cité par des autoroutes urbaines. »

Alexis Dubois, directeur du développement chez Unibail-Rodamco

Prompts à faire écho aux protestations des citoyens (ici contre le projet toulousain Val Tolosa, en juillet), certains élus négligent l'engagement des foncières dans le renouveau des cités. Comme Unibail-Rodamco pour l'îlot Gaîté à Paris (à droite).

Nous ne les étendons que pour créer les surfaces conformes aux besoins des enseignes, ce qui ne représente qu'une dizaine d'extensions des plus mesurées, de 2 000 à 7 000 m². Franck Verschelle, président d'Advantail renchérit : « Honfleur Normandy Outlet, ouvert le 10 novembre, ne "mange" pas plus de terres agricoles que de parts de marché locales. Le site a été construit sur d'anciennes terres marécageuses polluées. Et sa vocation est de drainer une nouvelle clientèle vers le territoire : des touristes, y compris étrangers. » Les nouveaux édiles gagneraient à réactualiser leur vision des typologies commerciales. « Cela n'a plus de sens d'isoler la problématique de cœur de ville quand les nouvelles centralités urbaines rebattent la donne commerciale. Et nous permettent de créer de la ville aussi bien dans

les hypercentres que dans les pôles périurbains. En région parisienne, notamment, où nos opérations mixtes jouent un rôle structurant majeur à Massy (91), Issy-les-Moulineaux (92), Bobigny (93) ou Bezons (95) », souligne Ludovic Castillo, président du directoire d'Altea Commerce.

Restructurer l'existant

« Nous sommes des acteurs de la proximité et non de la périphérie, rappelle encore Vincent Ravat, directeur général adjoint de Mercialis. Cette dernière ne se définit pas par tel format ou localisation géographique, mais simplement par la distance entre le client et le lieu. Nos sites créés en période de conquête sur des nœuds routiers ont été rattrapés par la ville. Et depuis 2015, Mercialis développe 10 % de son patrimoine dans une dizaine d'emprises foncières de centre-ville. »

L'immobilier commercial n'attend pas des mesures d'État pour muter. « Je vais faire ce que l'on appelle du recovery en anglais. Autrement dit faire revivre le commerce là où il est, plutôt que de "tartiner" toujours des mètres carrés commerciaux neufs, annonce Gilles Boissonnet, ancien cogérant du groupe Altea Cogedim, qui crée la société Tresco. Cette structure œuvrera notamment dans le réaménagement de centres en difficultés. Face aux mutations du commerce, il faut reconfigurer les lieux, leur donner une mixité fonctionnelle. Et, quand cela est nécessaire, transmuter d'anciennes surfaces commerciales ayant perdu leur attractivité en logements ou espaces non marchands pour leur redonner vie. »

Drapés dans leur vertu, les patrons de l'immobilier de commerce ne peuvent



© LAETITIA DUARTE

« Loin d'être les coupables expiatoires du malaise des centres-villes, nous donnons au contraire de l'intensité aux cités ! Nous sommes réparateurs du tissu urbain, où les centres commerciaux ont trente ans d'âge moyen. Nous engageons notre savoir-faire et nos propres capitaux. »

Antoine Frey,
président de Frey et du CNCC



DR

« Placer l'industrie des centres commerciaux dans l'œil du cyclone du bétonnage des terres agricoles est une totale aberration ! La partie lui revenant dans l'artificialisation des sols n'est que de 2,5 %, loin derrière les équipements publics, les ouvrages d'État, les logements ou les bureaux. »

Bertrand Boullé,
président du cabinet Mall & Market



© STÉPHANIE DE BOURGES-MATADOR

« Les premiers porteurs et défenseurs de projets immobiliers ne sont-ils pas les maires, saluant leur avènement sur leurs communes ? De Saint-Étienne, pour Steel, d'Apsys, à Lyon, pour la réhabilitation du Grand Hôtel-Dieu. Jusqu'à Farébersviller, en Moselle, pour l'édification de B'Est par Codic. »

Lionel Aboudaram,
président de l'agence Matador



DR

« Que les politiques considèrent l'ambition de nos travaux, notre capacité à créer de la ville. Muse, à Metz, vient d'ouvrir au cœur d'un nouveau quartier incluant musée, palais des congrès, loisirs... Et d'ici à 2022, l'ensemble à ciel ouvert Bordeaux Saint-Jean remplacera une zone en déshérence. »

Maurice Bansay,
président d'Apsys

contester à l'État le droit de légiférer sur leur métier. « Il faut préserver les écosystèmes sociaux, environnementaux et économiques, admet Valérie Thomas, directrice marketing et communication de Neinver France. Penser des lois pour éviter que le commerce se multiplie sans tenir compte des ensembles déjà en place. Sauf qu'à force d'empiler le mille-feuille législatif, on dilue l'esprit vertueux originel, en ouvrant des brèches aux recours ! Ceci mobilise des capacités et des budgets que seules les plus grosses sociétés peuvent assumer. Il nous a fallu deux ans pour obtenir le permis de construire de notre projet Alpes The Style Outlets, à Bellegarde-sur-Valserine, dans l'Ain. Le seul volet environnemental représentant une enveloppe de 2,7 millions d'euros. »

Mais l'argument le plus incontestable à opposer aux assauts des parlementaires et ministres

est l'implication des acteurs de l'immobilier auprès des collectivités pour régénérer les villes. « Nous engageons notre savoir-faire, risquons nos propres capitaux en vrais partenaires. Nous avons tout à gagner à travailler main dans la main entre secteurs privé et public. Comme à Montpellier, où nous lançons le projet Shopping Promenade Ode à la Mer, qui créera un nouveau morceau de ville entre mer et centre urbain, en restructurant une zone commerciale de 200 000 m² », appuie Antoine Frey, président de Frey et du Conseil national des centres commerciaux (CNCC).

Collaborer avec les élus

« Le gouvernement finira par comprendre que nous investissons pour construire la France de demain, estime Philippe Journo, président de Compagnie de Phalsbourg. Comme à Nice avec notre projet Iconic (70 mil-

lions d'euros). La gare étant l'entrée d'une cité par le train, nous voulons l'ériger en nouvelle centralité qui reconnectera le nord et le sud de la ville, coupés par une autoroute urbaine. »

« Contrairement aux bureaux ou à la logistique, les opérations de commerce en hypercentres ont des impacts sur l'urbanisme, l'économie locale, les flux de circulation, les transports, l'emploi, la sécurité, résume Thierry Cahierre, président de Redevco France. Cela impose une relation privilégiée avec les élus locaux. Il faut tout se dire, ne rien cacher et réaliser exactement ce qui a été promis. Avant d'acquiescer le centre commercial Le 31, à Lille, en vue de sa réhabilitation, j'ai d'abord échangé avec la maire, Martine Aubry, pour lui exposer notre diagnostic et nos solutions. Puis son premier adjoint, Pierre de Saintignon, est devenu l'homme-clé de notre partenariat. » ■■ DANIEL BICARD