

Mapic 2017: les patrons de l'immobilier commercial rétorquent aux procès des politiques

LSA a profité du rassemblement des professionnels de l'immobilier commercial au salon du Mapic à Cannes, du 15 au 17 novembre 2017, pour revenir sur deux sujets qui les avait fort émus, à la rentrée. D'une part le projet de moratoire gelant l'extension de zones commerciales périphériques, lancé par Patrick Vignal, député de l'Hérault et président de l'association Centre-Ville en Mouvement. D'autre part la rumeur de projet de loi proposé par Nicolas Hulot, ministre de l'Écologie, de taxer les bétonneurs de terres agricoles. Encore sur le coup de ces mesures estimées très vexatoires, même s'il n'est pas dit qu'elles soient un jour mises à exécution, plus d'une quinzaine de patrons et spécialistes de l'immobilier commercial se sont confiés et ont exposé leurs arguments prouvant qu'ils estiment faire un métier et développer des projets "politiquement corrects".



Parmi les arguments que les professionnels opposent aux attaques de certains politiques, celui d'être des "réparateurs" et même des "couturiers" de la ville, en y engageant leurs savoir-faire et leur propres capitaux.



[Visualiser l'article](#)

Comme ici Apsys, dont le projet Bordeaux Saint-Jean créera un nouveau quartier à ciel ouvert, face à la gare et jusqu'à la Garonne. A la place d'un ensemble de bâtis anciens peu assorti à l'essor de Bordeaux.

A défaut d'être réalistes et même "sérieusement" programmés", deux effets d'annonces de l'Etat ont fortement émus les professionnels de l'immobilier commercial à la rentrée. C'était d'abord, début octobre, le courrier officiel envoyé à Emmanuel Macron et au Premier Ministre Édouard Philippe, par **Patrick Vignal, député de l'Hérault et président de l'association Centre-Ville en Mouvement**. En plus d'y déclarer "**le Centre-Ville Grande Cause Nationale**" en 2018, il proposait la mise en place d'un moratoire d'une année, gelant l'**extension de zones commerciales périphériques**. Idée un temps reprise par le **Ministre de la Cohésion des Territoires, Jacques Mézard**. Mais qui semble avoir été abandonnée depuis. Et un mois plus tard, en octobre, une nouvelle rumeur partie du Journal le Parisien annonçait, cette fois-ci, que **Nicolas Hulot, ministre de l'Écologie, projetait de taxer tous les bétonneurs** édifiant des centres commerciaux, logements ou bureaux contribuant à l'artificialisation des terres agricoles. Cette taxe proportionnelle à la surface des projets servirait à financer la préservation de la biodiversité. Mais là encore, l'idée en est restée à la proposition. Beaucoup de bruit pour ... rien ? Pas tout à fait ! Car le monde de l'immobilier commercial, par la voix du **Conseil National des Centres Commerciaux**, notamment, a très vite réagit. LSA a donc profité du rendez-vous du **Mapic, le salon du Marché professionnel de l'immobilier de commerce**, tenu au Palais des Festivals de **Cannes, du 15 ou 17 novembre 2017** pour recueillir l'avis des patrons de foncières et des spécialistes de l'immobilier commercial sur ces velléités de législation. **Plus d'une quinzaine** ont répondu et exposé leurs arguments prouvant qu'ils font un métier et développent des projets "**politiquement corrects**".

"La coïncidence entre l'idée de moratoire lancée par l'association Centre-Ville en Mouvement et celle de taxation des surfaces construites, mises en débat cette rentrée, est davantage un hasard de calendrier qu'une volonté orchestrée ! Reste que ces propositions étaient trop belles à saisir par un gouvernement entrant et sans secrétariat d'état au commerce, prompt à prêter raison au dernier qui tape sur la table. Il est pourtant tout à fait gratuit de répondre aux justes préoccupations des centres-villes en mettant un frein aux mètres carrés périphériques. Quand on sait qu'un équipement commercial met 7 à 10 ans pour sortir de terre, un moratoire gelant le système de commissions ne porterait que sur les projets à l'horizon 2024 à 2027. Mais n'empêcherait pas la construction de ceux déjà autorisés ! Il serait plus avisé pour les acteurs des centres-villes d'imaginer des actions concrètes dans un avenir proche pour retrouver le chemin de la sérénité commerciale. Sans compter que l'idée de moratoire est contraire à l'esprit d'entreprendre et au principe d'établissement soutenus par la Cour Européenne. Quant à placer l'industrie des centres commerciaux dans l'œil du cyclone du bétonnage des terres agricoles, c'est une totale aberration ! La partie revenant aux établissements de commerce dans ladite construction n'est que de 2,5%, loin derrière les équipements publics, les ouvrages d'états, les écoles, les logements ou les bureaux".

Bertrand Boullé, président du cabinet Mall & Market

" En tant que développeurs et gestionnaires de centres intra-urbains, nous ne nous sentons pas concernés par les propositions de moratoire visant à réfréner les extensions périphériques. 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 telles que parkings ou bâtis réaffectés. Ceci est encore plus vrai en France, où Val d'Europe s'est en partie agrandi sur d'anciennes voies ferrées, où le futur Prado à Marseille, densifiera le cœur du 8e arrondissement en s'adossant au Stade Vélodrome. Où des centres comme Colombia à Rennes, Jaude à Clermont-Ferrand ou Courier à Annecy constituent des équipements urbains majeurs dans le dynamisme de ces villes. Il faut dépasser l'opposition entre centres commerciaux et centre-ville ! Et ne pas associer non plus ces derniers aux grandes zones commerciales dont l'étalement a été voté par les politiques eux-mêmes. Et surtout, il ne faut pas remettre en cause la liberté d'installation du commerce, droit constitutionnel et européen,



[Visualiser l'article](#)

comme Benjamin Griveaux, le secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Economie et des finances, a tenu à rappeler lors d'un colloque évoquant l'idée de moratoire formulé par les parlementaires".

Julien Goubault, directeur de la communication de Klépierre

"Nous sommes des acteurs raisonnables et pragmatiques ! Loin des constructeurs et bétonneurs à tout-va qui veulent stigmatiser certains politiques, nous adoptons la démarche prudente héritée de l'histoire de Cora, pour valoriser des sites pour la plupart nés dans les années 70 et 80. Riche d'un patrimoine de 51 galeries en France, nous ne les étendons que pour créer les surfaces correspondant aux besoins des enseignes. Par exemple, H&M déjà présent dans le centre-ville de Colmar est venu nous voir pour ouvrir, dans notre galerie de Colmar Houssen, un second format de quelque 1 500 m² qu'il ne pouvait trouver en cœur de la ville. En revanche, estimant qu'il n'y avait pas matière à ajouter à notre équipement d'Auxerre, nous avons opté pour une rénovation à surface égale. Au final, une dizaine seulement de notre cinquantaine de galeries sera étendue, sur des surfaces de 2 000 à 7 000 m² des plus raisonnables. Autre façon de concevoir des sites inscrits dans leur territoire, nous estimons que nos projets ne doivent pas être imaginés par des cabinets d'architectes à Paris. Mais élaborés selon notre démarche propre de coconception, donnant leur voix aux clients, autorités, acteurs et partenaires locaux".

Maël Aoustin, directeur général de Galimmo (détenant les galeries adossées à des hyper Cora).

" Loin d'être les coupables expiatoires du malaise des centres-villes, nous donnons au contraire de l'intensité aux villes ! Nous sommes non seulement des constructeurs, mais des réparateurs du tissu urbain, dans une France où les centres commerciaux ont trente ans de moyenne d'âge. Nous écrasons les boîtes commerciales, luttons contre l'étalement par la verticalité, et contre l'unicité d'usage par la mixité urbaine. Nous engageons notre savoir-faire et risquons nos propres capitaux en véritables partenaires des collectivités. A l'heure où les consommateurs sont de plus en plus happés par l'isolement numérique, nous avons aussi une utilité fondamentale de créateurs de lien social. Aux velléités d'empêchements du moratoire, le Conseil National des Centres commerciaux a répondu par des mesures incitatives fixant des périmètres de préemption et d'exonération dans les centres-villes pour favoriser l'installation de primo-commerçants. Nous avons tout à gagner à travailler main dans la main, le secteur privé ayant besoin du public et réciproquement. Comme à Montpellier, où nous lançons la commercialisation du 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. Et en réinstallant sur notre site 70% d'enseignes opérant des transferts depuis l'ancien site".

Antoine Frey, président de Frey et du Conseil National des Centres Commerciaux

"Le législateur n'a pas pour objectif d'empêcher les gens de vivre, mais plutôt de préserver les écosystèmes sociaux, environnementaux et économiques. Penser des lois pour éviter que le commerce se multiplie sans tenir compte des ensembles déjà en place est donc une bonne chose. Sauf qu'à force d'empiler ce qui devient un mille-feuilles législatif on dilue l'esprit vertueux originel de ces lois, en ouvrant des brèches aux recours ! Ce qui transforme nos projets en batailles à la Pyrrhus mettant plus de 10 ans à triompher. L'autre danger est de polariser notre profession, au bénéfice des plus grosses sociétés, seules capables de mobiliser les budgets et supporter de telles contraintes, au détriment des plus petites. Penser différemment devient un grand challenge intellectuel ! Ainsi il nous a fallu 2 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 Iota (Installation Ouvrage Travaux Activités) concernant les impacts sur la flore et la faune représente un investissement de 2,7 millions d'euros".

Valérie Thomas, directrice marketing & communication de Neinver France

"Deux grands projets chez nous montrent que nous sommes capables de résoudre les problèmes de grandes villes, l'Ilot Gaîté à Paris et la Part-Dieu à Lyon ! Les deux cas ont en commun d'être un sinistre



[Visualiser l'article](#)

héritage de l'architecture sur dalle des années 70, avec des autoroutes urbaines ayant isolé et dénaturé leurs quartiers. Ce que partagent encore l'un et l'autre de ces projet est d'avoir été "coproduits" entre Unibail-Rodamco et les deux municipalités. A Paris nous avons racheté un îlot de 40 000 m² environ traversé par l'avenue du Maine, en partie transformée en tunnel. Nous rénovons l'hôtel Pullman Montparnasse dont le toit deviendra le plus grand rooftop de Paris et opérerons un véritable "jeu de bonneteau" urbain en convertissant des étages de parkings en niveaux de commerce, en créant une crèche et des logements en bois. La communication entre l'avenue du Maine et la rue du Commandant René Mouchotte sera rétablie à travers l'îlot. Les nouveaux "Ateliers Gaité" offriront aux enseignes la possibilité d'une offre expérientielle inédite. De même à Lyon, l'architecture de dalle sera cassée pour rendre la place aux piétons et au végétal, et rétablir une perméabilité urbaine entre la Part-Dieu et la gare avec des passages traversant. L'un et l'autre projet devraient aboutit à une même échéance, le premier semestre 2020".

Alexis Dubois, directeur du développement chez Unibail-Rodamco

" Nous sommes des acteurs de la proximité et non de la périphérie ! Car la proximité ne se définit pas par tel format ou localisation géographique, mais tout simplement par la distance entre le client et le lieu. Cela est peu connu, mais Mercialys développe, depuis 2015, une partie de ses activités dans des emprises foncières de centre-ville à Marseille, Grenoble, Puteaux, Saint-Germain-en-Laye, ou Marcq-en-Barœul (59). Cette dizaine d'actifs représente 10% de la valeur de notre patrimoine. L'immobilier de proximité dépend avant tout de la densité d'urbanisation et de démographie et n'est opposable qu'à l'immobilier de destination. Nos sites créés, en période de , sur des nœuds routiers stratégiques et de grandes intersections ont été depuis rattrapés par la ville. Nous évoluons donc, oui ! Mais sur des lieux existants. Ce qui signifie que la plupart du temps nous nous adressons aux habitants de la zone de chalandise primaire, ce qui évite toute redondance avec les autres zones distinctes. Y compris les centres-villes. Et ce qui exclut aussi les créations ex-nihilo dites "greenfield" visées par les mesures contre l'artificialisation des terres. Nos extensions s'opérant sur d'anciens espaces d'hypers, entrepôts, parkings et autres bâtis reconvertis".

Vincent Ravat, directeur général-adjoint de Mercialys.

"Si cannibalisation il y a, c'est davantage de commerces périphériques à commerces périphériques, entre opérateurs et typologies de même style ! Evitons les raccourcis. 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 créer de la ville et de la vie aussi bien dans les hyper-centres que les pôles périurbains. Nos opérations mixtes y jouent un rôle structurant majeur. En région parisienne, par exemple, à Massy (91), Issy-les-Moulineaux (92), Bobigny (93) ou Bezons (95) où nous répondons au besoin de zones de chalandise primaires avec des ensembles de 10 à 20 000 m² seulement, hors logements, bureaux et autres équipements. Les gares sont aussi des points névralgiques des centres-villes où nous intervenons pour y optimiser les espaces et la sécurité. ! Gare Montparnasse, à Paris, 19 000 m² (dont 8 500 m² de création) seront ainsi réorganisés sur quatre niveaux, pour une finalisation en 2019. Bref, concentrons-nous sur les enjeux économiques et sociaux que portent nos métiers. Pendant que le se passe de toute autorisation ou moratoire pour ouvrir jour et nuit, partout en France !"

Ludovic Castillo, président du directoire d'Altarea Commerce.

" Cette idée de moratoire était une phrase en l'air qui a créé une vraie émotion chez les professionnels. Empêcher la périphérie de se développer n'apporte aucune solution pour les centres-villes. Et ferait surtout le lit du commerce sur internet ! L'idée a été abandonnée depuis. Et j'ai eu des échanges personnels avec le Ministère de la Cohésion des Territoires, pour accompagner une recherche d'initiatives en faveur des villes moyennes. Un groupe de travail avec les grands opérateurs - dont le Conseil National des Centres Commerciaux - a été créé. Le gouvernement a fini par comprendre que nous investissons dans les centres-villes, et prenons des risques financiers pour construire la France de demain. Comme nous le faisons



[Visualiser l'article](#)

avec notre projet Iconic à Nice, mobilisant pas moins de 70 millions d'euros. La gare constituant l'entrée d'une ville par le train, nous voulons l'ériger en nouveau lieu de centralité. En opérant une véritable régénération dans une ville dont le nord et le sud sont coupés par une autoroute urbaine. L'objet est plus symbolique que monumental, avec ses 17 000 m² d'hôtel et bureaux, pour 6 500 m² de commerces seulement. Mais notre plus grand sujet de fierté est de l'avoir vu adopté par les Niçois qui l'ont surnommé le "Diamant" !

Philippe Journo, président de Compagnie de Phalsbourg

"Les meilleurs porteurs et défenseurs de projets ne sont-ils pas les maires eux-mêmes dont les discours saluent l'avènement sur leurs communes ou dans leur villes ! Que ce soit ceux de Saint-Jean-Bonnefonds et Saint-Etienne pour Steel d'Apsys ; celui d'Honfleur pour le Honfleur Normandy Outlet de Resolution Property et Advantail ; celui de Lyon, à l'époque Gérard Collomb, pour la réhabilitation du Grand Hôtel-Dieu ; celui de Farébersviller en Moselle pour B'Est de Codic ; ou Jean-François Copé, encore, pour l'ouverture des Saisons de Meaux par Immochan . Tous évoquant la compatibilité de ces projets avec leurs ambitions économiques, démographiques ou d'emplois. Ce qui vaut la meilleure des validations politiques, au rebours des mesures un temps envisagées dans les ministères du gouvernement. A conditions que tous ces acteurs de l'immobilier élaborent très tôt, et avec les élus, une promesse qui soit en tous points tenue. Le seul écueil "politiquement incorrect" étant de ne pas faire ce que l'on a dit".

Lionel Aboudaram, président de l'agence Matador

" Contrairement aux projets de bureaux ou de logistique , les opérations commerciales d'hypercentres ont de très vastes impacts incluant l'urbanisme de la ville et son architecture, l'économie locale, les flux de circulation et les transports, les emplois, la sécurité... au-delà du commerce. Cela impose une relation très particulière avec les élus locaux, reposant sur la confiance, la transparence et la consistance. La confiance et la transparence c'est de bilatéralement tout se dire et ne rien cacher sur la configuration du site, son architecture, les projets de la ville, les temps de travaux, etc. La consistance c'est dire ce que l'on fait, faire ce que l'on dit. Que le projet réalisé soit le projet promis. Cette relation est d'autant plus essentielle à établir qu'elle associe deux organismes complexes, d'un côté le promoteur, et de l'autre la collectivité associant elle-même des élus et des instances administratives ! Le directeur de projet ayant la voix du président est le décisionnaire clé, côté investisseur. Tandis que côté Ville, son alter ego doit être un parfait médiateur entre élu et administration. Ainsi, avant d'acquérir le centre commercial le 31 à Lille, en vue de sa réhabilitation en cours, j'ai d'abord échangé avec Martine Aubry, sur le site même, pour lui présenter notre diagnostic et nos solutions. Puis son premier adjoint, Pierre de Saintignon, a pris le relais homme-clé de notre partenariat".

Thierry Cahierre, président de Redevco France

"Les politiques gagneraient à actualiser leur vision avant de nous faire des projets injustifiés ! A sortir des schémas surannés des hypers et de leur galerie, du débat dépassé opposant périphéries et centres-villes. Qu'ils considèrent plutôt l'ampleur et l'ambition de nos travaux, la capacité de notre profession à créer de nouveaux quartiers avec toute la mixité de fonctions requise. C'est au cœur d'un nouveau quartier de 260 000 m² incluant un musée, un palais des congrès, des commerces et des loisirs que s'apprête à ouvrir notre projet Muse. Sept maîtres d'ouvrage et six architectes différents travaillent sur les 80 000 m² qui associeront logements bureaux résidences service et commerces. Pas moins de 7 000 habitants s'y installeront et autant de salariés y travailleront. Et loin d'être antagoniste avec l'offre en place, suite à un accord avec l'association de commerçants locale, 70% des surfaces seront attribuées à des enseignes absentes de Metz, telles que Primark, Uniqlo , Habitat , Carrefour Market , Mango , Superdry, Zadig et Voltaire... De même, d'ici à 2022, notre projet Bordeaux Saint-Jean créera un nouveau quartier à ciel ouvert à la place d'une zone de bâtis en déshérence, face à la gare. Depuis son parvis jusqu'à la Garonne, 88 000 m² se distribueront de chaque côté d'un méridien piéton de 600 m de long. Nous sommes de véritables artisans de la couture urbaine. Et



[Visualiser l'article](#)

déjà des acteurs du développement durable , par le simple fait de faire vivre, travailler et consommer des habitants dans un même lieu".

Maurice Bansay, président d'Apsys

"Je veux faire ce que l'on appelle du "recovery" en anglais. C'est-à-dire faire revivre le commerce là où il est, plutôt que de toujours ajouter des mètres carrés commerciaux neufs. Tresco, la structure que je crée, répond à un triple objectif. D'abord la restructuration, le développement et la gestion de centres commerciaux en difficultés. Ensuite, le développement d'opérations mixtes intégrant du commerce. Enfin, le développement d'un concept de centre commercial à ciel ouvert. Dans un contexte de mutation du commerce, nous nous positionnons comme interlocuteur privilégié des décideurs publics, des investisseurs et des enseignes. Il devient en effet indispensable de faire une relecture des lieux de commerce pour les reconfigurer, leur donner une mixité fonctionnelle. Quitte, quand cela est nécessaire, à transmuter d'anciennes surfaces commerciales ayant perdu leur chalandise, en logements ou espaces non marchands qui leur redonneront vie".

Gilles Boissonnet, président et fondateur de Tresco (précédemment co-gérant du groupe Altarea Cogedim)

"Avec un projet comme Honfleur Normandy Outlet nous ne "mangeons" pas plus de terres agricoles que de parts de marché locales ! Le site a été construit sur d'anciennes terres marécageuses et polluées réhabilitées. Et sa vocation est d'apporter une nouvelle clientèle au territoire, celle des touristes, quand un équipement commercial classique serait effectivement rentré en concurrence directe avec les équipements existants. Nous allons au contraire, allonger les nuitées des visiteurs séjournant à Honfleur, et apporter une attractivité complémentaire sur des périodes touristiquement faibles, comme janvier. On oublie trop souvent l'aspect très "raisonné" des centres de marques, qui ne sont pas en surnombre, puisqu'ils ne représentent que 3 à 4% du commerce, qui offrent aux marques un moyen de déstockage élégant, et aux clients une façon de consommer différente et attractive. Rappelons-nous aussi que les premiers "magasins d'usine" ont démarré en reconvertissant du mètre carré industriel en espaces de ventes, sur des bassins textiles sinistrés, autour des villes de Roubaix, Troyes, Cholet ou Romans".

Franck Verschelle, président d'Advantail

"La problématique du centre-ville date de bientôt 40 ans, et ressort régulièrement ! Mais à y regarder de près, les causes sont loin d'être uniques. La grande distribution et la profession de l'immobilier commercial sont des coupables tout désignés qui ne descendront pas dans la rue . Alors, de gel Balladur en abaissement de seuil de dossier en CDAC , en passant par la contribution économique territoriale (CET), pourquoi ne pas leur imposer aujourd'hui une taxe de plus sur le béton ou un moratoire ? Il faut admettre aussi que si l'on accuse le grand commerce d'avoir défiguré les entrées de villes, à un moment les élus ont signé ces développements porteurs d'emplois et de contributions économiques ! Certes, j'admets que nos projets visant à établir de "gros objets" dans une France déjà richement dotée, doivent remplir des préconditions conformes aux réglementations en place. Notre industrie a donc fait de nécessité vertu, nul acteur ne s'amendant sans une épée dans le dos ! Ce qui contraint, de fait, les opérateurs à concevoir des projets de plus en plus irréprochables. Et devrait aussi proscrire les postures politiques accusatrices un peu trop hâtives».

Jean Sylvain Camus, directeur de la communication d'Alliages & Territoires, maître d'ouvrage d'EuropaCity

"Nous avons mis au point une solution qui permet d'avoir une véritable vision macroéconomique des centres-villes, en ne traitant plus chacun de ses objets immobiliers comme des cas isolés. De quoi initier, pour les acteurs de l'immobilier commercial et les enseignes, une nouvelle dynamique dans les cœurs de ville . NXT Live Retail Intelligence offre en effet une expérience immersive inédite qui révolutionne



[Visualiser l'article](#)

la recherche d'implantation commerciale. Sur le fond, l'accès à des data qualifiées sur les flux piétons permet d'anticiper la performance commerciale future de chaque pas de porte. L'utilisateur peut appliquer des filtres pour visualiser les plus fortes densités de passages sur le profil de clientèle recherché. La granularité à 25 mètres de la data sur toutes les rues permet une compréhension précise des flux jusqu'alors inaccessible à telle échelle. De même, la distribution des flux sur une journée, une semaine ou une année peut être aussi visualisée pour anticiper ses pics d'activités. Egaleme nt inédite en France, la cartographie interactive des prix de l'immobilier commercial sur toutes les rues permet d'intégrer immédiatement les contraintes budgétaires du client. Sur la forme, via une interface intuitive de navigation au cœur de la ville, ce dernier accède à un espace digital immersif inédit, NXT, notre espace de travail futuriste et ultra-connecté, installé dans notre siège parisien. Pour le moment NXT Live Retail Intelligence est uniquement développé pour Paris. Mais nous comptons étendre ce service à une douzaine de villes en France, en commençant par Lyon, Lille, Marseille et Bordeaux"

Charles Boudet, directeur général de JLL France, conseil en immobilier d'entreprise.