

Usines Center Paris Nord 2

L'ancêtre s'offre une nouvelle jeunesse



Son propriétaire, Cnp, a décidé de remodeler l'ancêtre des centres de magasins d'usine : celui qui a donné le coup d'envoi de cette formule plus simple, moins chère au milieu des années 80. Il s'agit, malgré sa légitimité, d'inverser des chiffres tendant furieusement à la baisse. On attend le résultat de la cure de jouvence pour la fin de l'année.

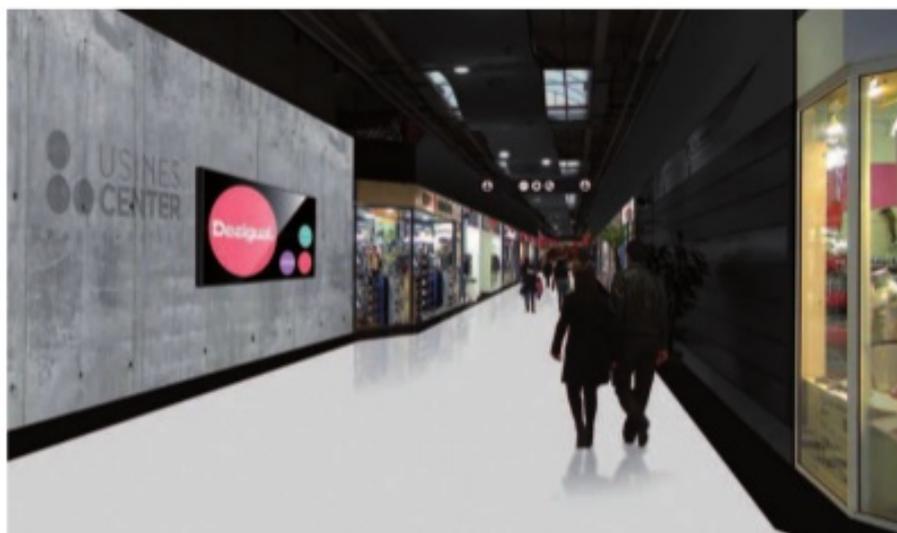
On a beau vendre les collections des saisons passées, on n'a pas forcément envie d'être démodé. Pionnier des centres de magasins de marques à prix réduits (1985), l'Usines

Center Paris Nord 2, à Gonesse, voit glisser son chiffre d'affaires et sa fréquentation depuis plusieurs années, concurrence qu'il est par le Quai des Marques de Francerville et le Marques Avenue de l'Île-Saint-Denis.

Son propriétaire, Cnp (Assurances), qui a confié ses investissements dans les outlets à Aev Europe, a donc décidé de mettre la main à la poche.

L'équipement de 17 000 m² doit retrouver à moyen terme certains de ses standards passés : un flux de 3 millions de visiteurs à l'année (2,4 millions actuellement) et un chiffre d'affaires de 80 millions. « Il reste une pépite, qu'on doit retoucher, sans faire la révolution », indique Franck Verschelle, le dirigeant d'Advantail, société qui a pris la suite de Klépierre comme gestionnaire de l'Usines Center. « Il est rempli de magasins, et il a assez de clientèle. »

Unibal a déjà rénové l'Usine Center de Vitry (rebaptisé Usine). Cnp et Advantail s'attaquent au deuxième ancêtre de la série, celui de Paris Nord 2. Le jeu en vaut la chandelle car le rendement atteindra encore 4 300 €. Mais il baisse et la fréquentation chute.



A l'intérieur, comme à l'extérieur, le noir fait son apparition afin de mettre en valeur les vitrines des boutiques qui apportent de la couleur.

Rayonnant sur tout le nord de Paris, jusqu'à Beauvais, le site commercial vit la semaine avec les cadres et employés de la vaste zone de commerces et de bureaux de Paris Nord 2, voisine de Roissy et du parc des expositions de Villepinte. Le week-end, sa clientèle est familiale. Le dimanche pèse 30 % du chiffre d'affaires. Et avec un rendement moyen au mètre carré qui atteindrait 4 300 €, le site fait encore bien des envieux. Mais il faut

que ses clients viennent plus et aient davantage l'occasion de dépenser. Il existe des outils marketing pour ça. Le-mailing, le lancement d'une carte de fidélité, les comités d'entreprises de la zone de Paris Nord 2 par exemple.

Auparavant, le centre de marques aura modifié son visage. charrier, qui a démarré cet été, pensé par l'agence Brio, prévoit d'abord le changement de couleur de la façade bleue, trop proche de celles des Ikea (qui va s'agrandir) et Castorama voisins, en noir. Et la disparition de l'auvent de l'entrée.

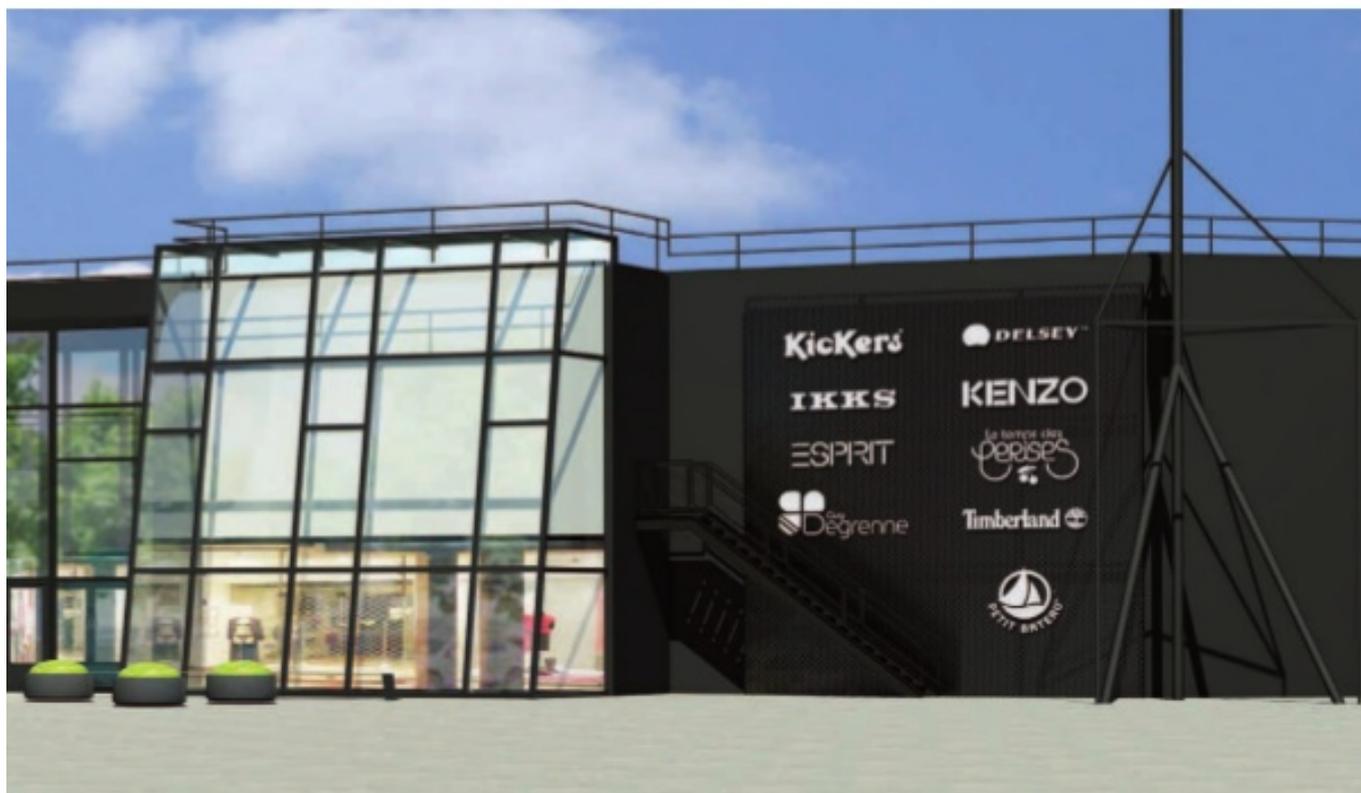
A l'intérieur, le noir fait aussi son apparition, afin de mettre en valeur les vitrines des boutiques qui apportent de la couleur.

Sols et murs vont être entièrement retraités et les ruelles intérieures seront désormais éclairées par des puits de lumière naturelle. Le nouveau logo contient les trois pastilles de couleur qui renvoient aux pourcentages de remises de prix sur les produits. Le nom, lui, s'anglicise : Usines Center Paris Outlet. Coût total du projet de reconstruction : à peine 10 millions. Tout de même !

L'offre commerciale est également retouchée. L'idée est qu'un tiers des 100 boutiques

changent d'exploitant. Sur les douze derniers mois, 6 enseignes nouvelles sont d'ailleurs arrivées (Desigual, Alain Mikoskian, Serge Blanco, Hanbo, Manas, Subway) et 3 sont attendues d'ici à la fin de l'année. L'offre de restauration est entièrement revue. 2013 est une année importante de renouvellement des baux.





Les trois quarts auraient déjà été signés. Et, à cette occasion, il a évidemment été demandé aux locataires de remettre les boutiques au goût du jour... Et en intégrant une dose plus importante de loyer variable. Il est prévu que le nouvel Usines Center démarre sa nouvelle vie le 11 décembre de cette année.

VL

Le bleu de la façade, proche des lises et Castorama voisins, disparaît. L'ouvert aussi.

L'offre commerciale évolue. L'idée est qu'un tiers des 100 boutiques changent d'exploitant. A ceux qui restent, il a été demandé de remettre leur point de vente au goût du jour.



LES JARDINS
DE GALLY

LE SHOPPING FERTILE :
LES MURS VÉGÉTAUX,
LES ILOTS DE REPOS,
LES ARBRES SYLVER ©

FERME DE VAULUCEAU - 78870 BAILLY
TEL : 01 39 63 20 20 - FAX : 01 39 63 48 48
gallyvest@gally.com
LESJARDINSDEGALLY.COM

