N° 262 - OCTOBRE 2016 - 13 €

SITES COMMERCIAUX

ENSEIGNE D'OR 2016

Alexandre Bompard, président de Fnac-Darty : un Homme de l'Année hors norme

FAN
Le grand moulin de Majorque

Cap3000
Cap sur l'extension

Pop-up
De l'éphémère fait pour durer

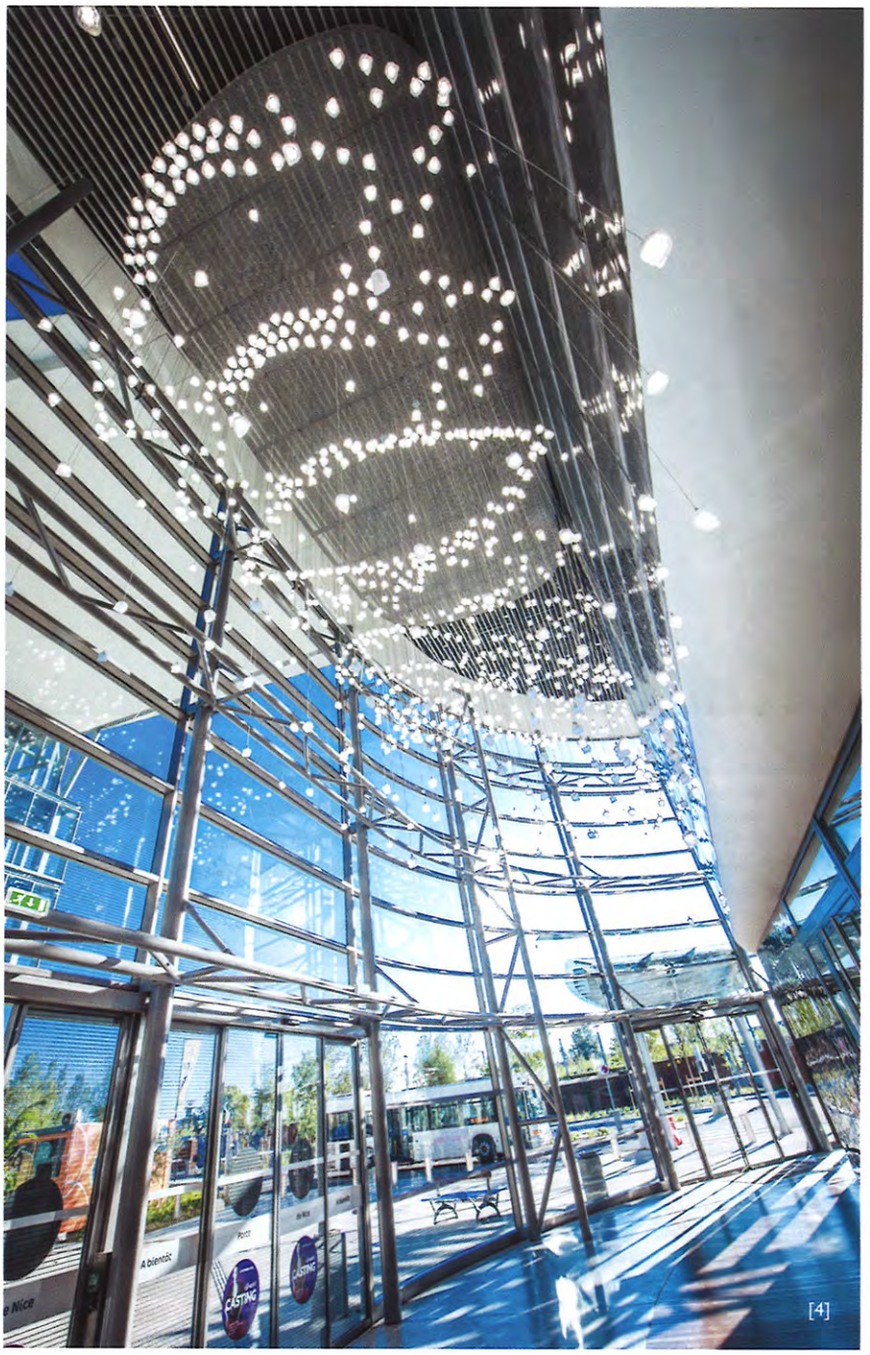
[1] Au sol, les vieilles dalles ont laissé place à du parquet et à un granito élaboré par Patrick Jouin. Les garde-corps, tout en transparence, permettent une meilleure visibilité.

CAP3000 RATTRAPE 47 ANS D'HISTOIRE

PREMIÈRE PHASE DES TRAVAUX AVANT AGRANDISSEMENT, LA RÉNOVATION DE L'EXTENSION A ÉTÉ ACHEVÉE FIN SEPTEMBRE : CAP3000 FAIT UN BON DE 47 ANS. ET ÇA ENVOIE DU LOURD !

[2] D'une place trop grande et trop froide, la place centrale est devenue un lieu agréable. Grâce à un jeu de lumières parfaitement maîtrisé, l'endroit parait beaucoup plus vaste.

[3] Sur la place centrale, un écran immersif de 100 m² et 2,5 millions de pixels ouvre le champ des possibles : animations, pop-up stores, corners éphémères ou expositions de véhicules…



[4] Un lustre monumental habille le sas de l'entrée Porte Nice. Par un procédé d'anamorphose, le chaland peut lire Cap3000 selon les perspectives adoptées. Pour être honnête, il faut vraiment trouver le bon angle pour le lire…

Par Agnès Galli

Cap3000 achève sa rénovation avant d'aborder son extension. Il aura fallu quasiment deux ans à Altarea pour mener à bien la transformation de son centre commercial niçois. Le jeu en valait la chandelle : le résultat est, en plus d'être de – très – belle facture, assez exceptionnel.

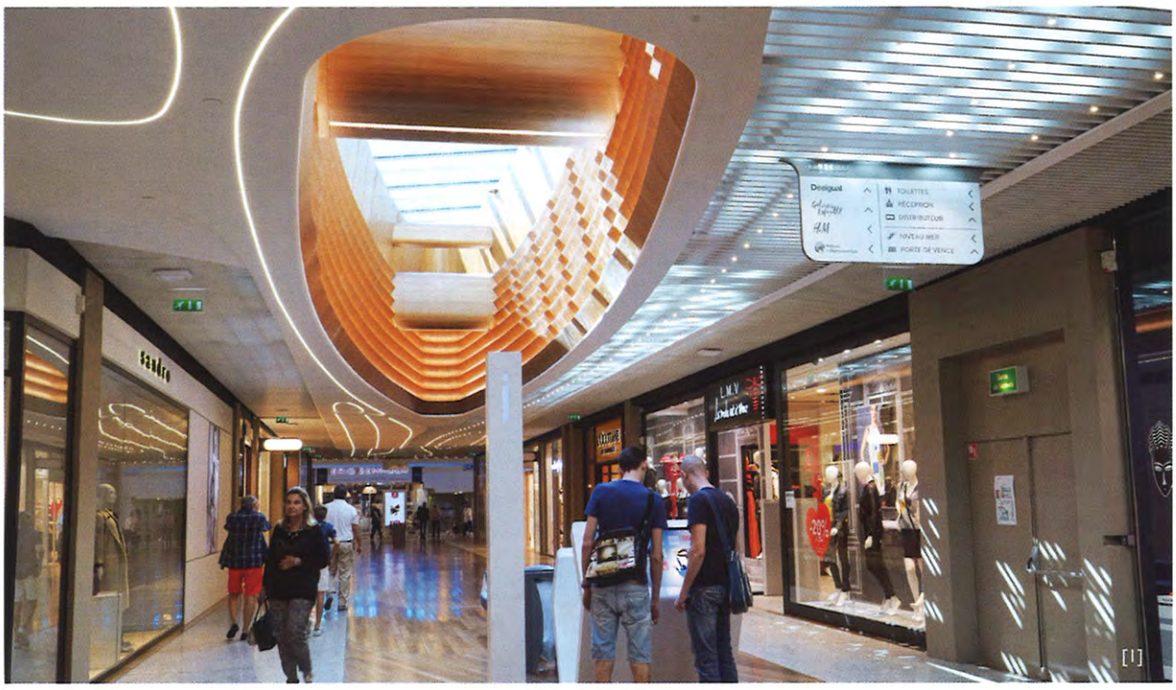
Pionnier de l'histoire des centres commerciaux français, Cap3000, ignorant la concurrence, avait laissé passer le temps. Il avait peu à peu perdu de sa superbe au fil des années. Malgré trois extensions en quarante-sept ans, ce phare commercial en bord de mer commençait à être terriblement vieillot : nos dernières visites nous avaient laissé l'image d'un mall sombre, bas de plafond, d'une place centrale trop grande et trop froide sous le chaud soleil de la Côte d'Azur…

Inconcevable d'en rester là. Car l'ensemble merveilleusement situé, face à la Méditerranée qu'il embrasse avec sa plage privée, proche de l'aéroport Nice-Côte d'Azur et de ses flux, n'est qu'à quelques minutes à peine de l'écrin tout neuf et attirant de Polygone Riviera, à Cagnes-sur-Mer.

ANTICIPANT UNE EXTENSION COLOSSALE, LA RÉNOVATION MET LES PETITS PLATS DANS LES GRANDS. MAIS SANS OSTENTATION

L'agence d'architecture Groupe6 et le cabinet de design Jouin Manku ont su moderniser ces 65 000 m² et leur donner un nouvel élan. Aujourd'hui méconnaissable, Cap3000 est lumineux et aéré ! Franchement, il y a de quoi battre des mains… Les allées et les vitrines ont été rehaussées, les premières passant de 6 à 12 m, les autres de 3,5 à 6. Les enseignes n'ont pas encore toutes retravaillé leurs façades, mais le font progressivement.

Certaines en ont profité pour s'agrandir, comme Sephora, passée de 250 à 500 m², d'autres pour faire leurs premiers pas dans la galerie, comme Uni-



[1]

[1] Les allées et les vitrines ont été rehaussées, les premières passant de 6 à 12 m, les autres de 3,5 à 6.

ET UN : RÉNOVATION, ET DEUX, EXTENSION

Nom du centre : Cap3000
Adresse : Saint-Laurent-du-Var (Nice)
Manager : Roch-Charles Rosier
Année de naissance : 1969
Date de la rénovation : 23 septembre 2016
Surface : 83 000 m²
Offre : 145 magasins
Fréquentation actuelle : 10 millions de visiteurs en 2014
Fréquentation future : 14 millions en 2018
Parking : 4 200 places
Architecte : Groupe6
Designer : Jouin Manku
Paysagiste : Pena Paysages
Promoteur-investisseur : Altarea
Investissement rénovation : 200 millions
Inauguration du projet d'extension : 2018
Surface de l'extension : 45 000 m²
Surface après extension : 110 000 m²
Offre après extension : 300 boutiques
Propriétaire : Aldeta (Altarea)

[4]

[7]

[5]

[6]

[9]

[11] Avant de s'attaquer à la galerie marchande, Altarea a commencé par travailler sur les accès et transformer et agrandir ses parkings.

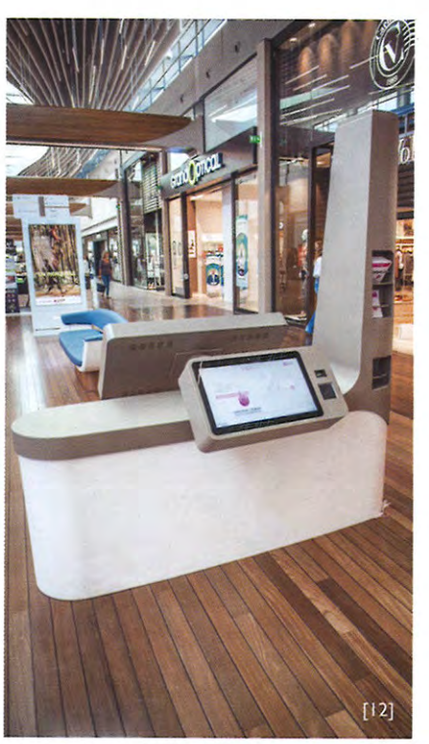
[12] Pour Cap3000, les designers ont dessiné un directory tout en rondeurs et extrêmement moderne dans des tons beiges.

qlo, Nyx, Courir, Go Sport, Levi's for Women (premier magasin européen), Ikks homme et femme… «Nous sommes encore faibles en restauration, mais ce sera corrigé dans l'extension», précise Roch-Charles Rosier, directeur du centre. Mais déjà, l'endroit invite à partir en croisière : les matériaux utilisés (bois, verre, staff, laiton, wengé, gravier de la Durance…) évoquent le monde marin. La nouvelle trémie est coiffée d'une membrane en Etfe (sorte de coussin gonflable qui permet de maîtriser la lumière zénithale). Ses lignes reprennent les méandres du Var et semblent se jeter dans la mer. Au sol, le parquet fait penser au pont d'un bateau.

Le mobilier a changé au profit d'assises seventies bleu-gris, mais également ultramodernes avec leurs ports Usb et leurs surfaces de rechargement de Smartphones par induction. Le designer a même imaginé un directory tout en rondeurs. Les led succèdent aux affreux néons ; les escalators ont été remplacés – sans changer de position.

C'est «un programme de qualité, sans ostentation», décrit Gilles Boissonnet, président du directoire d'Altarea Commerce ; «une valeur ajoutée pour l'ensemble de l'économie azuréenne», poursuit comme en écho Christian Estrosi, président de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le clou de la rénovation ? Une petite merveille technologique, fruit de deux ans de travail en recherche, développement et design de Jouin Manku : le Digital Wave. La vague digitale ? Un écran monumental de 5 m de haut disposé sur



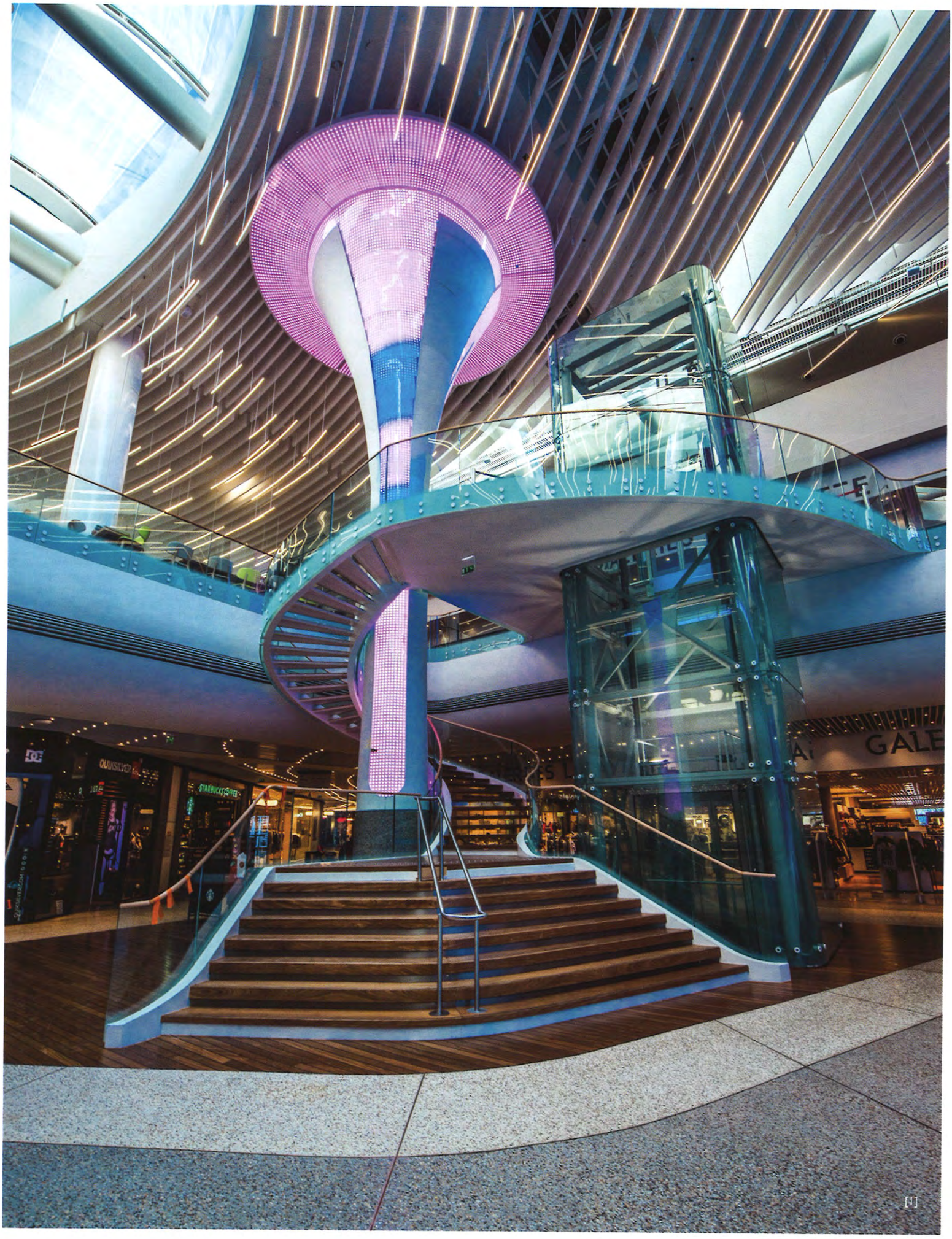
[2] Douze poutres antisismiques maintiennent le site.

[3] [4] Sephora a profité de la rénovation pour doubler son magasin et passer à 500 m². L'extension accueillera Timberland, Mauboussin, Alice Délice, New Look, Beef House, Pret-A-Manger.

[5] [6] Une douzaine de kiosques au design léché (Grom, Laura Todd Cookies, Histoire d'Or, By Suffern, Illy, Apm…) ont été installés.

7] [8] Cap3000 devient un objet architectural. Le mall respire enfin : des ouvertures ont été créées au plafond apportant plus d'air et de lumière. Les matériaux utilisés tout au long de la rénovation, comme le bois, le verre, le staff, le laiton ou encore le wengé, confèrent au lieu un esprit maritime.

[9] [10] Les assises des mobiliers et espaces repos ultramodernes offrent des ports Usb et des surfaces de rechargement de Smartphones par induction.



[1]

la place centrale et entouré par quatre piliers habillés d'une résille de led. «Sur 100 m² avec ses 2,5 millions de pixels, ce nouvel outil d'animation ouvre le champ des possibles», s'enthousiasme Blandine Charveriat-Louis, directrice marketing d'Altarea. Animations, pop-up stores, corners éphémères ou expositions de véhicules… tout est imaginable. Pour l'inauguration de la rénovation, un spectacle mêlant magie et digital a bluffé les invités. A commencer par «Sites».

[1] Ascenseur en verre panoramique, poteau habillé d'une résille composée de led… La nouvelle place n'a plus rien en commun avec la place sombre qu'elle était encore il y a quelques mois…

[2] [3] Les ouvertures dans le plafond à plusieurs endroits du mall ont permis de faire entrer la lumière et surtout de rendre moins glauques certaines parties du centre. Les nouvelles enseignes, comme Courir et Go Sport, en ont profité pour ouvrir des points de vente aboutis, tout comme Levi's for Women et Ikks homme et femme. Uniqlo et Nyx viennent tout juste de rejoindre la galerie. Cap3000 qui propose aujourd'hui 145 magasins, en proposera 300 demain.