





PARLY2

UNE VIEILLE DAME TOUTE NEUVE

INAUGURÉ EN 1969, PARLY2 PASSE À PLUS DE 100 000 M² ET ACHÈVE, AVEC CETTE SECONDE EXTENSION DE 3 500 M² POUR 16 COMMERCES, SA RÉNOVATION COMPLÈTE. LA VIEILLE DAME FRANÇAISE DES CENTRES COMMERCIAUX EST MAINTENANT TOUTE NEUVE...

Par Christine Galimant

Avec l'ouverture de l'extension, Parly2 dépasse de 1 000 petits mètres carrés la barre des 100 000 m². Et achève au passage son remodeling, destiné à lui rendre l'esprit avant-gardiste de ses origines dans une atmosphère sixties chic. Le nouveau mail, baptisé du «Pont-Neuf», une référence de plus à la capitale..., décline ces objectifs. Il abrite 16 nouvelles enseignes «tendance» afin de «reconquérir la jeune génération de consommateurs et de lui donner envie de venir», explique Anne-Sophie Sancerre, directrice des centres commerciaux France d'Unibail.

Il faut en effet savoir que 44 % de la clientèle est fidèle à Parly2 depuis plus de dix ans. Pour séduire la cible des 25 à 45 ans, le propriétaire est allé chercher Uniqlo (à ouvrir en mars), Jott, Aesop, Armani Exchange, Atelier de Famille ou Marlette. «Nous avons voulu avoir un rythme entre "petites" et grandes enseignes pour apporter du renouveau», explique les responsables de la foncière.

Dessiné par Saguez&Partners, qui a œuvré sur l'ensemble de la rénovation-extension du centre, le nouveau bout de mail de 3 500 m² présente un esprit loft et mixe codes d'origine et contemporains. Le palissandre, le laiton chromé et le sol de chêne clair côtoient les pla-

▲ L'une des entrées du nouveau mail du Pont-Neuf est surmontée d'un écran digital diffusant du contenu graphique imaginé par Admemori.

◀ Douze mille mètres carrés de façades ont été rénovés dont les moucharabiehs présents non seulement à Parly2, mais aussi sur des immeubles du Chesnay.

► La place Luxembourg a été reconfigurée, avec la percée d'une nouvelle trémie. Son volume est mis en valeur par la structure en laiton et le lustre de Mathias.





Le mail du Pont Neuf décline un esprit loft, conjuguant codes du centre historique et contemporains. Les vitrines ont été allégées au maximum.



▲ Seize enseignes tendance visant à séduire les 25-45 ans se déploient dans l'extension de 3 500 m² qui assure la liaison entre la partie historique et l'extension de 1987.

fonds ouverts ornés d'éléments blancs acoustiques. Les magasins sont largement ouverts, les vitrines fermées n'excédant pas 30 % de la surface, dans une volonté de théâtralisation.

Outre l'ajout d'une nouvelle offre, l'extension permet de fluidifier le parcours client en assurant la jonction entre le centre historique et l'extension de 1987 et en supprimant les culs-de-sac. A présent, le visiteur peut ne pas revenir sur ses pas. La boucle est fermée, et à lui seul ce circuit simple et fluide aurait justifié ces travaux.

Il n'empêche... Au total, ce sont tout de même 6 000 m² supplémentaires qui sont venus compléter les surfaces existantes. Monoprix a agrandi son magasin, le portant à 4 000 m², Decathlon en avait fait autant auparavant, passant de 1 400 à 4 000 m². Après le Printemps en 2010, le Bvh a été entièrement rénové. Truffaut le sera l'an prochain. Une poissonnerie s'est installée dans le mail gourmet. La place Luxembourg dévoile une nouvelle

➔ PLUS DE 180 ENSEIGNES

Nom : Parly2
Adresse : Le Chesnay
Manager : Jonathan Toulemonde
Ouverture : 1969
Ouverture de l'extension : novembre 2017
Fréquentation (objectif) : 13,5 millions de visiteurs
Chiffre d'affaires : 476 millions en 2016
Surface commerciale (Gla) : 101 000 m²
Surface avant extension : 95 000 m²
Surface après extension : 6 000 m²
Offre (nouveau mail) : Jimmy Fairly, Uniqlo, Swatch, Le Fabuleux Shaman, Bensimon, Atelier de Famille, Jott, Armani Exchange, New Balance, Ice Roll, Marlette, Oliviers&Co, Rituals, Aesop, Hema, Orange
Offre avant extension : 169 magasins et restaurants
Offre après extension : 187 enseignes
Parking : 4 320 places
Architecte : Didier Courant
Designer : Saguez&Partners
Promoteur, investisseur, gestionnaire : Unibaill
Investissement : 200 millions dont 100 millions pour la construction du nouveau mail

configuration. Dégagée, elle gagne en volume et accueille Maisons du Monde et La Grande Récré en lieu et place de Toys «R» Us.

Avec cet agrandissement, Parly2 met (quasiment) un point final à un chantier de sept ans. Car un Ugc de douze salles est encore attendu en 2019. Depuis 2010, différentes phases de travaux ont contribué à transformer le mall emblématique. D'abord, la rénovation de la partie historique du centre ; ensuite, celle des parkings du site d'origine, la création d'un nouvel accès, la réfection des stationnements de la première extension en 1987 ; enfin, la création de cette galerie du Pont-Neuf avec la construction de nouveaux parkings en sous-sol et sur le toit permettant de relier toutes les poches de stationnement, et la réfection des façades. Au total, pas moins de 200 millions auront été mis sur la table. Le prix d'un gros centre commercial tout neuf. Ce qu'est à présent Parly2, le bénéfice de l'âge en plus ! ■