

Actualité analyse

Les Halles se renouvellent aussi à l'intérieur

Métamorphosé par six ans de travaux, le centre commercial du cœur parisien accueille de nouvelles enseignes destinées à booster son attractivité.



Yann Arndt/Lego-Hopscotch

Laura fallu six ans et 1 milliard d'euros, bien davantage que prévu, pour rénover les Halles, sa gare, son jardin et surtout son Forum, temple du shopping. Le 5 avril, le centre commercial a été inauguré par la mairie de Paris et ses deux propriétaires, Axa et Unibail-Rodamco. « C'est une réponse au succès de Beaugrenelle », pointe Rodolphe Bonnasse, directeur général de CA Com. Oublié, le centre vieillissant né en 1979. Les plafonds ont été rehaussés, des puits de lumière ajoutés, et la superficie agrandie de 25 %, pour atteindre 75 000 mètres carrés. Au rez-de-chaussée surgit la Canopée, un toit ocre qui protège des intempéries et, surtout, couvre une nouvelle super-

Le géant danois de la brique inaugure au Forum des Halles son deuxième flagship européen.

ficie commerciale de 6 000 mètres carrés. « Au total, il y a 70 % de surfaces renouvelées et 35 nouvelles enseignes dans le Forum », se félicite Christophe Cuvillier, président d'Unibail-Rodamco. En voici quatre qui, par leur attractivité, contribueront à atteindre l'objectif : passer de 37 à 40 millions de visiteurs annuels d'ici à 2018.

LEGO

AVANT TOUT UNE VITRINE

A l'ère des objets connectés, les enfants ont-ils délaissé Lego ? Non ! Le numéro deux mondial du jouet a bouclé une onzième année de croissance consécutive, dopé par la force de ses licences, des passerelles créées entre mondes physique et

numérique, et de sa communauté animée avec brio en ligne et en magasins. La toute nouvelle boutique des Halles est le septième Lego Store français, mais seulement le deuxième *flagship* en Europe. « Nous voulons en faire un QG pour les fans, sans forcément en tirer un énorme chiffre d'affaires », explique Ward Van Duffel, vice-président en charge des relations consommateur EMEA pour Lego.

Ce lieu de 500 mètres carrés tient d'ailleurs plus du musée avec ses maquettes de monuments parisiens et ses statues géantes en briquettes illustrant quatre figures emblématiques de la capitale, comme un peintre ou un écrivain. Une caméra embarquée permet aux visiteurs de se prendre en photo avec ces effigies. « C'est un peu l'Apple Store du jouet, pointe Rodolphe Bonnasse. La marque a pris le pas sur l'objet. Les consommateurs achèteront sans doute peu, mais leur attachement sera renforcé. » Et grâce à leur venue, le trafic dans le Forum des Halles, également !

NEW BALANCE

LE TOUR DE CHAUFFE

Après l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne, New Balance mettra pour la première fois les pieds en France en juin, et c'est au Forum des Halles qu'il a décidé de les poser. L'enseigne, commercialisée dans l'Hexagone par le distributeur de chaussures Royer, disposera d'une boutique propre de 155 mètres carrés, où elle vendra principalement des articles de sport, mais aussi de textile. « C'est une marque qui véhicule une très belle image », se réjouit Laurent Petit, directeur de projet développement à Unibail-Rodamco. Un compliment confirmé



Le distributeur d'articles de sport ouvre sa première boutique en France.

par Yves Marin, senior manager chez Kurt Salmon : « C'est une petite marque outsiders parmi les équipementiers sportifs, qui se positionne en challenger par rapport aux deux gros que sont Nike et Adidas. Elle se lance dans une stratégie de distribution, sur le tennis depuis 2014 et le football depuis 2015, donc elle fait les yeux doux aux centres commerciaux, qui, réciproquement, y voient un moyen de renouveler leur attractivité. » De là à délaisser les équipementiers historiques ? Non. Nike, lui, a obtenu un *flagship* cinq fois plus grand, de 800 mètres carrés, consacré au sportswear féminin et urbain.

L'EXCEPTION NOUER LE CONTACT



Le premier magasin pour l'enseigne sélecte de la création française.

Quand les distributeurs traditionnels lancent leur site Internet, le *pure player* L'Exception, lui, ouvre son premier magasin au Forum des Halles, après avoir ouvert un showroom rue Bichat. Le concept de cette enseigne ? « Apporter le meilleur de la création française à nos clients », explique Régis Pennel, le fondateur, qui a signé avec 400 marques de prêt-à-porter, bijoux, maroquinerie, ou encore champagne. « Face à Amazon qui est le commerçant du tout, L'Exception a choisi le contre-pied avec la réponse du peu », salue Rodolphe Bonnasse.

L'entreprise, créée en 2011, affiche un chiffre d'affaires de 2,6 millions d'euros en 2015, et prévoit le double en 2016. Alors pourquoi une boutique ? « Internet reste froid, constate Régis Pennel. Nous vendons des articles haut de gamme. Nos clients ont besoin de conseils, d'essayer. Nous appliquerons les règles de l'e-commerce, plus favo-

rables au client, comme la livraison gratuite par coursier à partir de 80 euros d'achats. » La boutique de 350 mètres carrés, située dans l'Espace Créateurs, qui vient d'être réouvert après fermeture pendant les travaux, sera dotée d'écrans géants tactiles, d'un espace café, et organisera des rencontres avec des designers.

LES RESTAURANTS EN BONNE PLACE

Que les lassés de McDonald's se rassurent : désormais, en sortant de l'UGC Ciné Cité Les Halles, ils peuvent prendre un repas digne de ce nom dans les deux nouveaux restaurants : le Champeaux, d'Alain Ducasse et Olivier Maurey, situé sur 650 mètres carrés ; et le Za, du restaurateur Philippe Amzalak et du designer Philippe Starck, sur 480 mètres carrés. Tournées vers le jardin, réaménagé lors de la rénovation des Halles, ces deux enseignes répondent à la volonté d'Unibail-Rodamco de transformer ses centres commerciaux en lieux de vie, où la restauration occupe une place de choix. « La brasserie de Ducasse offre des produits de qualité avec un déjeuner à seulement 20 euros, et une carte présentant une grande variété de prix, annonce Laurent Petit, qui a souhaité que l'offre du Forum des Halles allie des enseignes accessibles et premium. Le Za propose des encas, apportés à table par une sorte de tapis roulant inventé par Starck. Ces restaurants amènent un supplément d'âme à la Canopée. » Le centre accueillera aussi Le Petit Duc, spécialiste des biscuits et confiseries d'antan, et Le Pain quotidien, présent pour la première fois en centre commercial.

Claire Bouleau



Le Champeaux, le restaurant d'Alain Ducasse et d'Olivier Maurey, occupe 650 mètres carrés.