

## Mes premières impressions sur Promenade de Flandre

Le 17 octobre 2017, j'ai eu l'opportunité de découvrir en avant première le retail park Promenade de Flandre à Roncq dans le Nord. Une réalisation co-signée Immochan et Altaréa Cogédim qui ont investi là 80 millions d'euros.



Intéressant de voir comment les deux foncières ont additionné leur intelligence et leur savoir faire pour donner naissance à un objet commercial de nouvelle génération.

Quelques éléments pour planter le décor :

- Promenade de Flandre est implantée dans la déjà très puissante ZAC du Petit Menin avec notamment un hypermarché Auchan qui figure dans le top 5 des CA de l'enseigne au niveau national. Il est vrai que l'emplacement est exceptionnel, le long de l'autoroute A22 qui relie Paris à Bruxelles, et la zone de chalandise solide, avec 2 millions d'habitants à 30 minutes en voiture.



- Promenade de Flandre développe 60 000 m<sup>2</sup>, 2000 places de parking et accueille un cinquantaine d'enseignes. De quoi, selon leurs promoteurs, limiter l'évasion commerciale vers la Belgique voisine et équilibrer l'appareil commercial de ce côté-ci de la métropole lilloise.
- La conception architecturale a été confiée au cabinet Wilmotte & Associés, une équipe internationalement reconnue pour son savoir faire et qui travaille depuis longtemps avec Altaréa (on lui doit récemment Avenue 83 près de Toulon).
- C'est Altaréa qui a piloté la commercialisation. Et avec succès puisque le retail part affiche dès son ouverture 100% de commercialisation. Un signe qui ne trompe pas sur l'appétit des enseignes pour la zone.

Bref, un équipement commercial qui semble bien né.

Découvrons-le plus en détail

- On est tout de suite frappé par l'architecture originale du site et sa peau d'aluminium et d'inox, entrecoupée de panneaux blanc et noir qui rythmer l'ensemble de la façade.



- Un des éléments phares de la conception du site est les claustras en inox installés tout autour du bâtiment. Leur fonction première est de masquer la circulation des camions de livraison. Tout en reflétant avantageusement le paysage extérieur.



- Le site est organisé comme un triangle à l'intérieur duquel des poches de parking extérieur sont positionnées.



- Pour lutter contre la monotonie des façades, l'architecte a veillé à ce que des bâtiments "signaux" d'une hauteur plus importante que le reste du site viennent accrocher le regard des visiteurs et leur donner des points de repères.



- La végétalisation du site a fait l'objet de beaucoup d'attention. Histoire de rendre l'expérience client agréable et inciter à un parcours de promenade.



- Des aires de jeux gratuites et en libre service sont installés de manière aléatoire dans l'enceinte du site. On a manifestement envie que les familles passent du temps (et du bon) dans ce site.



- Le mobilier urbain a aussi été dessiné par les équipes de Wilmotte dans un souci d'intégration douce avec les matériaux et textures des sols.





- En terme d'enseignes, on retrouve le casting habituel des enseignes présentes en retail park avec une dimension marquée pour l'équipement de la maison (But, Maison du Monde, Zodio, Habitat) et la culture/loisir (Cultura, Intersport). En mineur les enseignes dédiées à l'enfant et à la mode. 5 restaurants complètent le dispositif. A noter 2 concepts innovants à commencer par Maison Dépôt (ex Confo dépôt), une sorte de Costco du meuble et de la déco que je trouve très intéressant et susceptible de drainer une clientèle récurrente, tant l'assortiment et les bonnes affaires sont régulièrement renouvelés. Et également Muy Mucho, une enseigne de décoration espagnole qui fait une incursion loin de ses bases. Mais dont le magasin n'était pas encore ouvert pour cet avant première.





- En terme d'offre de loisirs payante, Promenade de Flandre propose un pôle organisé autour de Week Jump, un espace de trampoline et Starship, un salle de laser game.



### Mon avis à chaud

- Promenade de Flandre est a mis plus de 15 ans à surmonter un à un les obstacles pour voir le jour. Avec le risque d'apparaître déjà partiellement dépassé lorsqu'il ouvre enfin ses portes. Je ne dirai pas que Promenade de Flandre est dépassé mais difficile d'affirmer toutefois que le site renouvelle l'exercice du retail park. L'architecture et la végétalisation ont fait l'objet d'investissements importants certes, mais la Compagnie de Phalsbourg voire Frey, les vrais experts du centre commercial à ciel ouvert en France, ont déjà montré la voie depuis des années en la matière. Et sans doute avec davantage de force encore. Il suffit de visiter Waves près de Metz pour voir comment une architecture de métal poli, des façades courbes et des arbres déjà imposants peuvent réellement être des atouts en matière d'expérience client.



Waves - Compagnie de Phalsbourg

- En faisant appel à Wilmotte, je m'attendais à quelque chose de plus innovant. On reste quand même dans un alignement assez monotone de boutiques et le parking central, même paysagé, reste un handicap esthétique et une contrainte pour les circulations des visiteurs. D'un point de vue design, l'application sans imagination des enseignes des magasins en façade brise partiellement l'unité du site et vit assez mal avec les panneaux verticaux du bâtiment.



- Le casting d'enseignes est une vraie déception également. Pas ou peu d'innovation on l'a dit. Je vois mal comment ce merchandising pourrait justifier des visites régulières des habitants à plus de 15 minutes en voiture.
- La restauration est aussi pour moi un élément de faiblesse. Non pas du fait des enseignes présentes (Au Bureau, Hippo, ou Memphis Café proposent des point de vente agréables) mais du fait de l'absence d'une mise en scène physique spécifique à la restauration dans le site. Pour aiguïser l'appétit des visiteurs, on aurait ainsi apprécié de grandes terrasses communes, abritées et arborées, plutôt qu'un simple alignement de cellules .

En conclusion, je dirais que Promenade des Flandre renforce indubitablement l'attractivité globale de la ZAC mais offre néanmoins peu d'aspérité et d'initiative marquantes en matière d'expérience client et de sélection d'enseignes. C'est cohérent et bien organisé mais peu excitant. Cela suffira t-il à provoquer l'adhésion des clients dans le temps, passée la curiosité légitime des premières semaines ? Premier bilan d'étape dans quelques semaines.

## Thanks to share this article

- [Cliquez pour partager sur Twitter\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquez pour partager sur Facebook\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquer pour imprimer\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)