

Mon avis sur Shopping Promenade à Amiens

Début novembre 2017, FREY, la foncière spécialiste du centre commercial de plein air, dévoilait à Amiens le dernier né de ses concepts d'aménagement commercial de périphérie : Shopping Promenade.



Frey s'est entouré des architectes du cabinet Chapman Taylor pour donner naissance à un lieu de vie et de commerce susceptible de drainer une clientèle amiénoise globalement peu gâtée en matière de zones commerciales modernes et confortables.

La petite histoire retiendra que c'est lors d'un voyage exploratoire en Californie, et notamment la visite de "The Village", un centre commercial de plein air attenant au Westfield de Topanga, que les équipes de Frey ont défini le futur look&feel de leur nouveau concept.



The Village – Westfield Topanga

50 millions d'investissement plus tard, que peut-on dire de ce qui devrait constituer le concept structurant de Frey pour ses futurs projets ?

- Ce qui frappe d'entrée c'est l'effort architectural pour intégrer élégamment le complexe commercial dans son environnement. Façades bardées alternativement de bois clair et foncé, espaces verts généreux et variés, entrée valorisée..., on a vraiment le sentiment de pénétrer dans un nouveau quartier de ville. Voire dans un village de marques.



- Le site est organisé autour d'un parking central de 1300 emplacements, équipé pour la première fois en retail park d'un guidage à la place. Histoire de ne pas débuter la visite avec un stress inutile.





- Dès l'entrée on identifie les grandes et moyennes surfaces (Cultura, Action, Intersport...) qui se déploient tout autour du parking. Un futur Jardiland de 6500 m2 complétera dans les prochaines semaines le pool des enseignes de destination.
- La valeur ajoutée de Shopping Promenade, c'est le parcours client proposé au coeur du site. Deux rues piétonnes permettent d'accéder à une artère centrale qui dessert un grand nombre de commerces de part et d'autre, et qui est rythmé par des espaces verts particulièrement soignés.





- La gestion de l'altimétrie des bâtiments ainsi que la variété des revêtements de facade contribuent à créer l'atmosphère d'un véritable coeur de village. Ici, pas de monotonie ni de gestion rectiligne des espaces. On se promène, on lève la tête, on détaille les arbres et les oeuvres de street art...bref, on vit une expérience de shopping inédite en périphérie de ville.





- Frey n'a pas hésité à tourner l'entrée client d'un certain nombre de cellules commerciales vers ce coeur. Aussi, lorsqu'on sort de sa voiture, c'est le dos des cellules que l'on voit d'abord. Une gestion astucieuse du décor en façade (traitement en briques, illustrations murales, petits auvents au dessus des issues de secours) permet aux clients de ne pas subir cette organisation du retail park, bien au contraire.



- A deux endroits dans le village, les enfants et les familles bénéficient d'aires de jeux de grande qualité.



- Côté enseigne, Frey a su séduire notamment Mango et JD Sport pour affirmer son ambition en terme de mode. L'enseigne CCV, un partenaire de longue date de la foncière, déploie aussi un point de vente très puissant et richement achalandé.





- En matière de restauration, Frey suit un mouvement déjà enclenché par les grands centres commerciaux, celui de densifier l'offre en le structurant autour de quelques acteurs incontournables (KFC, Buffalo Grill, Columbus Café, Subway) mais aussi des acteurs locaux talentueux. Une très grande brasserie a été ainsi placée à un endroit stratégique du centre. Un futur concept de restauration indienne viendra bientôt enrichir le dispositif.



- Frey innove aussi en matière de commerce de proximité. Un boucher et un primeur vont s'installer à côté de la boulangerie. Une initiative à suivre de près.



Un mois après l'ouverture de Shopping Promenade, force est de constater que le centre fait le plein, même si les vacances scolaires sont terminées. C'est bon signe. L'ouverture prochaine d'une dizaine de commerces encore en travaux d'ici aux fêtes de Noël devrait assurer au centre une activité soutenue.

On le sait, il faut quelques mois pour juger de la performance d'un nouvel équipement commercial. Mais je pense que Shopping Promenade est bien né. On y sent une sincérité authentique dans la volonté de bien servir les visiteurs tout en leur proposant un environnement de grande qualité.

Là où la Compagnie de Phalsbourg, l'autre grand acteur du commerce de périphérie, s'appuie sur une architecture spectaculaire et audacieuse, Frey fait le pari d'une approche plus humaine, douce et raffiné.

Quoi qu'il en soit, Frey et Phalsbourg font un boulot remarquable pour donner au commerce de périphérie une attractivité qui devrait finir de convaincre les quelques grandes enseignes

encore exclusivement présentes en centre ville et en centres commerciaux.

Thanks to share this article

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