

Des centres commerciaux relais de logistique urbaine

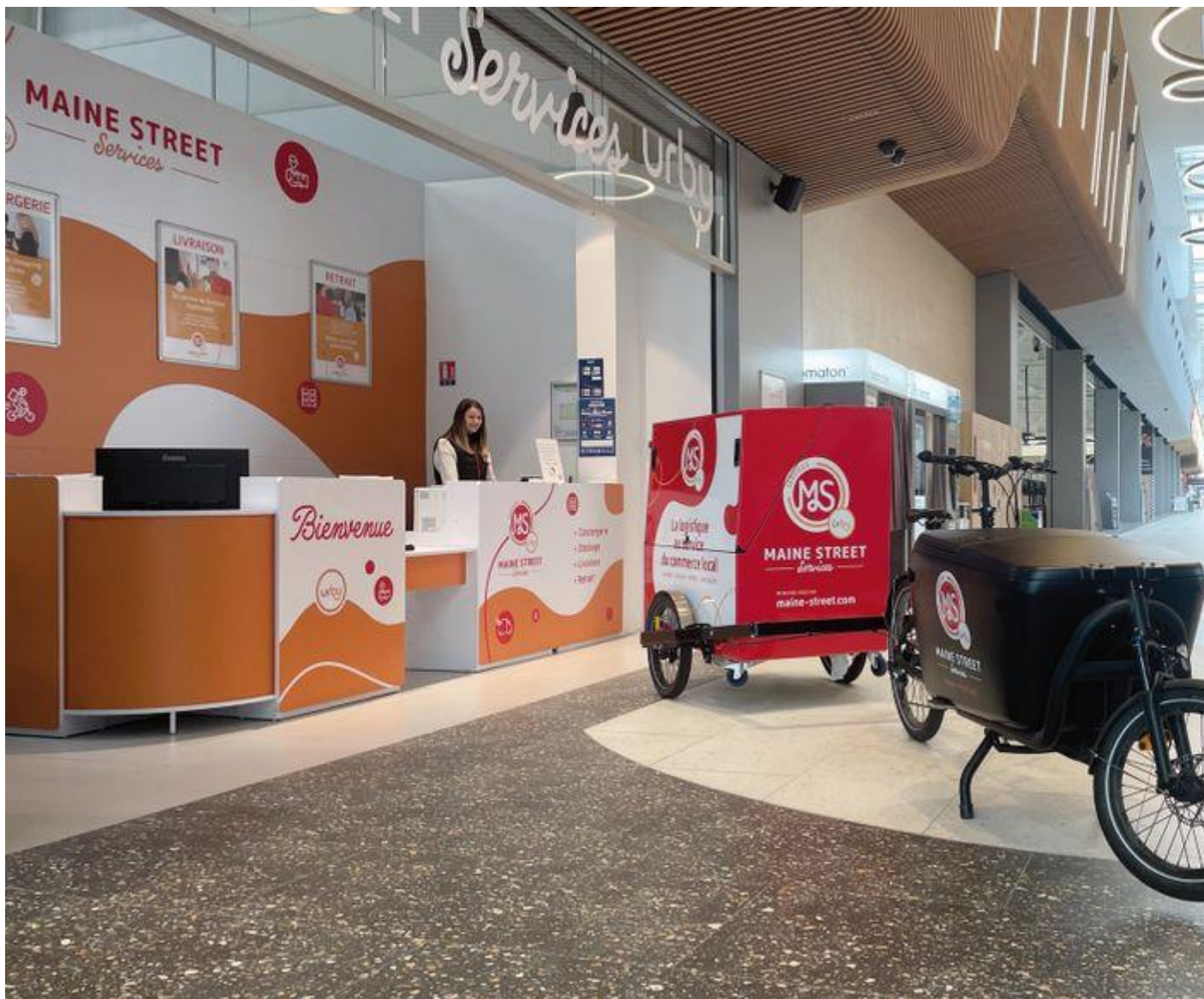
DANIEL BICARD |

CENTRE COMMERCIAL, IMMOBILIER COMMERCIAL, CENTRES COMMERCIAUX

PUBLIÉ LE 02/06/2022

[TWITTER](#)[FACEBOOK](#)[LINKEDIN](#)[EMAIL](#)[IMPRIMER](#)

Pour satisfaire aux impératifs du dernier kilomètre de livraison, mieux que les lointains et gros entrepôts, le réseau des centres commerciaux peut constituer un précieux relais. En accueillant des surfaces de dispatching mutualisées entre commerces locaux. Et en optimisant le click & collect des enseignes locataires.



La plate-forme génère des flux dans le centre qui sert de point de retrait, et aussi dans les boutiques sarthoises en faisant découvrir leurs produits. © © Desjouis

LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

- 22 centres qui dévoileront du neuf en 2022
- Reborn, label inédit pour des centres commerciaux de cœurs de ville vertueux

Les enjeux

- Les centres urbains et périurbains doivent résoudre l'équation de livraisons à domicile de plus en plus nombreuses et de difficultés de circulation croissantes.
- Édifier de nouveaux entrepôts est inenvisageable, autant par manque de disponibilité foncière que par souci de qualité environnementale urbaine.

- Or la trame historique des centres commerciaux maille précisément tous les cœurs de ville, agglomérations et grands bassins de vie du territoire.
- La « **logistique** du dernier kilomètre » peut donc se loger entre les murs ou sur les parkings de centres existants, en créant des aires de dispatching ou en dégagant les espaces nécessaires aux stocks pour le click & collect de certains magasins.

Les chiffres

- Moins de 30 kilomètres : la distance moyenne à laquelle chaque Français se trouve d'un centre commercial
- Un sur cinq : le ratio de centres commerciaux situés en centre-ville
- 80 % : la part des projets de centres commerciaux en cours concernant des restructurations ou rénovations de sites existants

Source : Conseil national des centres commerciaux

Et si les nouveaux clients des centres commerciaux n'étaient plus seulement les chalands mais aussi des professionnels et relayeurs de la distribution logistique urbaine ? Cette idée a été plus d'une fois entendue dans les rapports d'activité de grandes foncières, ce début d'année. La trame des centres commerciaux ne couvre-t-elle pas géographiquement tout le territoire ? Leurs emprises foncières ne sont-elles pas de précieux points d'ancrage pour opérer la livraison du « dernier kilomètre » ? « Il y a des chromosomes communs dans le mode d'implantation historique des premiers magasins et des premiers entrepôts, soutient Pascal Barboni, directeur général délégué chargé du développement chez **Frey**. Autant de « boîtes à chaussures » disposées sans autre discernement

urbanistique que de se placer au barycentre des bassins de vie. À l'heure du réaménagement de ces zones, aires logistiques et lieux de commerce peuvent être reconjugués pour emprunter des chemins communs. » « *Dans un contexte où la politique urbaine a tendance à favoriser les mobilités douces et les parcours piétons, au détriment de la circulation des autres véhicules, les centres commerciaux bénéficiant encore d'une relative accessibilité constituent les hubs idéaux où faire converger les flux, puis les dispatcher,* analyse Rémi Balligand, directeur général de SCL Digital, société commune entre le logisticien Urby et le groupe Desjouis, exploitant Maine Street Market, près du Mans. *Ce qui peut en faire des centres névralgiques du commerce de demain. »*

L'explosion de la livraison à domicile

« *L'un des effets de la pandémie a été de faire exploser la livraison à domicile,* appuie Vincent Ravat, directeur général de **Mercialys**. *Or, cela revient entre 5 et 7 € au client de se faire livrer à Paris ou en métropole ; entre 7 et 12 € sur le reste du territoire. Le problème de l'équation logistique s'impose, quand on sait qu'un panier moyen se chiffre à 25 €. La seule façon de la résoudre est de l'organiser autrement, non plus sur un mode de livraison grande distance mais en jouant le multilocal dans chaque bassin de vie. Et le meilleur objet immobilier pour y parvenir est le point de vente ou, mieux encore, leur rassemblement en centres commerciaux. »*

« *L'intérêt de démultiplier ces petites surfaces comme relais de proximité vaut autant pour les acteurs économiques extérieurs au bassin de consommation que pour ceux qui y sont présents*, précise Rémi Goleger, cocréateur de Corsalis, qui met des solutions immobilières à la disposition des acteurs de la distribution urbaine. *Cette mutualisation peut être aussi utile à tel acteur de la grande distribution disposant d'un entrepôt éloigné qu'aux commerçants locaux. Et, bien entendu, aux enseignes d'un centre commercial, s'il sert de théâtre à ce relais logistique.* » Après y avoir mixé logements, bureaux et administrations, y avoir installé des cabinets médicaux et du coworking, y avoir fait entrer des **loisirs** inédits, des producteurs locaux ou des œuvres d'art, la logistique urbaine est une nouvelle alternative pour faire tourner ces centres autrement qu'avec le « carburant » shopping ! De même que le specialty leasing, la location temporaire d'un emplacement à fort trafic, a valorisé des parties communes jusqu'alors délaissées dans les centres, ceux-ci peuvent encore receler d'autres surfaces à rentabiliser. Voire fermées, avec l'essor de la vacance.

Démarche conforme à la loi Climat

Intégrer la logistique entre les murs de centres déjà construits plutôt que de continuer la bétonisation permet aussi d'optimiser le foncier et de contrer l'artificialisation des sols honnie par la loi Climat.

« *Chaque Français se trouve, en moyenne, à moins de 30 km d'un centre. Si les plus de 800 sites se coalisaient pour faire logistique*

unique, ils formeraient un réseau aussi dense que La Poste », formalise-t-on au Conseil national des centres commerciaux.

En attendant, chacun explore des voies différentes. Le groupe Desjouis a ouvert sa marketplace Maine Street Market, à Ruaudin, près du Mans, aux enseignes du centre commercial qui l'héberge, mais aussi aux commerçants sarthois pour en faire un « Amazon local ». « Nous nous mettons au service de tous les types de commerces ayant ou non pignon sur rue dans le territoire départemental, justifie Rémi Balligand. En y exposant une sélection de produits, ils améliorent leur visibilité auprès de tous les clients de la région concernée, et même plus loin, car le web n'a pas de frontière ! Et la démarche a le double avantage de générer des flux, pour les boutiques concernées et pour notre propre centre offrant l'option de point de retrait. »

Frey louera, d'ici à 2024, ses 20 000 m² à Marseille à un seul acteur, Poste Immo, filiale de La Poste Groupe. À défaut d'annoncer de semblables projets ailleurs, la foncière n'exclut pas « *d'inclure des briques logistiques dans ses projets de restructuration d'entrées de villes.* » Et réfléchit à l'insertion d'un « **format XXS de logistique du dernier kilomètre** » dans son projet de rénovation du Palais du Commerce de Rennes.

Artillerie click & collect

Une autre façon d'ouvrir les centres à la logistique intra-urbaine est d'accroître le click & collect de leurs magasins. « *D'autant que les*

grandes enseignes de distribution ont plus de facilités foncières et financières à développer de grandes surfaces en périphérie qu'en centre-ville, souligne Pascal Barboni. Cette quête d'espaces pour les besoins du click & collect est particulièrement justifiée pour les enseignes vendant de grosses pièces d'électroménager ou de mobilier. » Pour répondre aux impératifs de la livraison locale, Mercialis a conçu sa plate-forme Ocitô, déployée dès mars 2020. À la disposition des commerçants locataires des centres, elle leur offre toutes les solutions de vente à distance (click & collect, envoi postal, livraison express). « Le back-office d'Ocitô est souvent en magasins, mais il nous arrive de créer, quand c'est possible, des espaces complémentaires de dispatching, détaille Vincent Ravat. Nous avons dégagé 1 500 m² dédiés dans notre centre de Toulouse-Fenouillet et 350 m² dans celui de l'Espace Anjou à Angers. »

L'avenir de la logistique passera aussi par la réaffectation des parkings. « *Nous n'envisageons pas, pour le moment, de transformer d'anciens mètres carrés de vente en surfaces logistiques, confie Manuel Tessier, directeur général chargé de la gestion d'actifs d'Apsys. En revanche, dans nos nouveaux projets, nous prévoyons des parkings reconvertisibles. Car nul ne sait comment évolueront les quotas de fréquentation ou les modes d'accès aux sites de commerce physique. Ces parkings pourraient être réadaptés pour recevoir des véhicules de gabarit logistique, si une enseigne décidait de convertir une partie des espaces de son magasin en hub de dispatching local. L'organisation de la logistique*

urbaine et de la gestion des flux est devenue incontournable, et nos projets doivent dorénavant apporter des réponses à ces enjeux d'avenir. »

Beaucoup reste donc à inventer dans le « tricotage logistique du dernier kilomètre » en trame urbaine. Ayant vocation à identifier et équiper ses propres espaces urbains pour ensuite les céder, Corsalis ne se voit guère acquérir des surfaces en centres commerciaux. Mais le spécialiste déclare mettre toute son expertise au service des foncières pour les reconversions de demain.

Maine Street Market, au service du commerce sarthois

Maine Street Market est un concept inédit inauguré fin février dans le centre commercial Maine Street, à Ruaudin, près du Mans, par le groupe Desjouis, en partenariat avec Urby, filiale de La Poste Groupe et de la Banque des Territoires spécialiste de la logistique. Une marketplace ouverte aux enseignes du centre, mais aussi aux commerçants sarthois ! Disposant de 240 m² de surface de stockage et de préparation, le site Marketplace.maine-street.com promet aux clients de la zone éligible une livraison le jour même si la commande est passée avant 11 heures. Ou un retrait à la conciergerie du centre commercial. À ce jour, la marketplace fédère déjà une trentaine de marchands, dont 10% d'enseignes du centre. Les autres sont issus du centre-ville du Mans ou recrutés parmi les entrepreneurs du département. Maine Street Market vise la centaine de partenaires marchands d'ici à dix-huit mois.

Une messagerie de La Poste logée par Frey à Marseille

D'ici à 2024, Frey devrait ouvrir à Marseille 20 000 m² entièrement dédiés à la logistique du dernier kilomètre. Une première pour cette foncière spécialisée dans les centres commerciaux de plein air. Cet équipement prendra la place du projet commercial My Valentine, imaginé dans la continuité de la vaste zone de La Valentine au tournant des années 2010, mais finalement abandonné. La proximité de l'agglomération marseillaise a fait choisir à Poste Immo, filiale immobilière de La Poste Groupe, cet emplacement pour y installer un centre de tri et de messagerie B to C. Un restaurant ouvrira en complément sur l'emprise