

## RPFFB croit en l'évolution du modèle traditionnel du centre commercial

Retail Property Fund France Belgium (RPFFB) est un véhicule d'investissement spécialisé dans les actifs Core\*. Valorisé 1,2 Md €, son patrimoine commerce dépasse les 270 000 m<sup>2</sup> en France et en Belgique. Propriétaire de 18 centres commerciaux, notamment à Arcueil (94), à Toulon (83), au Havre (76) ou Saint-Brieuc et Rennes, mais aussi Wijnegem et Waasland (Belgique), il est un acteur reconnu en management d'immobilier commercial. Ses responsables plaident pour une évolution du modèle traditionnel des centres commerciaux.

« Si les centres commerciaux ne s'adaptent pas à l'évolution du comportement des consommateurs, certains risquent d'aller au devant de déconvenues », estime Frédéric Mougin, portfolio manager au sein d'ING REIM.

Pour ING REIM, le centre commercial traditionnel, situé hors agglomération et organisé autour d'un hypermarché, n'est plus un modèle unique. Beaucoup d'éléments contribuent au désamour de ce modèle qui a assuré leur succès durant les trois dernières décennies. Il y a bien sûr le renchérissement inexorable du coût du carburant et la prise de conscience écologique, mais aussi l'évolution des modes de consommation et le nouvel attrait pour le centre-ville qui font que, de plus en plus, les consommateurs sont prêts à faire de l'achat un acte de loisir, et pas de contrainte. La qualité du séjour dépend parfois au moins autant que les raisons de la visite dans un ensemble commercial.

« Une grosse locomotive alimentaire n'est plus incontournable à terme, pour assurer la réussite d'une opération de centre commercial, poursuit-il. Une nouvelle génération de centres commerciaux, situés en centre-ville, est en train de faire florès, plus axés sur les services, sur le loisir, sur le confort, sur la sérénité. Nous nous apprêtons à tourner une nouvelle page de l'histoire des centres commerciaux ou à revenir sur les modèles initiaux. »

La Vache Noire, ouvert dès 2007, est l'un des premiers prototypes en France de cette nouvelle génération. Cet équipement commercial novateur accueille, chaque année, plus de 5 millions de visiteurs et génère un chiffre d'affaires de plus de 110 M€ pour 120 locataires (15 moyennes surfaces, deux moyennes surfaces principales avec Monoprix et Truffaut), avec un certain nombre d'enseignes différenciantes. En réalité, il n'y a pas UNE locomotive, mais autant de locomotives que de commerçants. Il apporte surtout la preuve qu'un centre commercial sans hypermarché peut très bien fonctionner.

Les visiteurs du centre, principalement des CSP +, expriment d'ailleurs leur satisfaction. Selon le dernier sondage effectué par l'agence de conseil DMC en mars dernier auprès d'un panel représentatif de 1.000 personnes, 59 % se déclarent très satisfaits (contre 34 % en 2010) et 35 % satisfaits. Le total des clients prêts à recommander La Vache Noire à leurs amis et à leurs proches s'élève à 96 %. De fait, la zone de chalandise du centre s'étend. Ainsi les clients faisant le déplacement depuis Paris intramuros passent de 6 à 10 % en un an et ceux de Bagneux de 11 à 15 %. Globalement, 37 % des visiteurs mettent entre 11 minutes et 20 minutes de voiture pour venir au centre (contre 28 % en 2010) et 11 % (contre 7 % en 2010) mettent entre 21 et 30 minutes. Ainsi le centre a connu une hausse de fréquentation de +4,2 % et de chiffre d'affaires de +12,3 % en avril 2011 (par rapport à avril 2010). Le mois de mai a, pour sa part, connu une hausse de fréquentation de +7,6 % et de chiffre d'affaires de + 10,8 % comparativement au même mois en 2010. Dans tous les domaines, le centre continue donc sa progression.

### Contact Presse

---

Galivel & Associés – Carol Galivel / Julien Michon – 01 41 05 02 02

Le centre commercial 4B en centre-ville de Calais est un autre témoignage de cette évolution. Avec ses 15 000 m<sup>2</sup> de surface GLA, 4 B a permis de créer un nouveau centre d'attraction marchand au cœur de Calais.

Cette démarche novatrice, RPFFB la retrouve dans ses centres commerciaux que ce soit à Waasland (56 000 m<sup>2</sup> de surface GLA) ou à Wijnegem (62 000 m<sup>2</sup>) en Belgique ou à Toulon Mayol (Var). L'investisseur, qui a capitalisé sur un *track-record* conséquent en centres commerciaux, a noué, avec les enseignes, un véritable partenariat européen, fondé sur l'écoute et l'échange.

Parmi les 18 centres commerciaux que possède RPFFB en France et en Belgique, citons Maison Plus à Hénin-Beaumont, Espace Daumesnil à Paris, la Visitation à Rennes, les Marques Avenue de Troyes et à Romans, et également Les Champs à Saint-Brieuc.

*« Spécialiste de l'immobilier commercial, ING REIM démontre grâce à une couverture européenne exceptionnelle, sa capacité à entendre, comprendre et devancer les besoins des enseignes et des consommateurs »,* conclut Frédéric Mougin.

\* Actifs à long terme présentant une part de risque faible

## Contact Presse

---

**Galivel & Associés – Carol Galivel / Julien Michon – 01 41 05 02 02**

21-23, rue Klock - 92110 Clichy - galivel@galivel.com - [www.galivel.com](http://www.galivel.com)