

## [PORTFOLIO] Le CNCC dévoile le palmarès de ses Trophées 2016

COMMERCE - 15.06.2016



Jean-Michel  
Silberstein © DR

En direct du Siec (Paris) – Le Conseil National des Centres Commerciaux a levé le voile sur les succes stories qui ont marqué ces derniers mois. Au menu de cette 17ème édition des Trophées du CNCC, 6 catégories représentées pour récompenser les réalisations les plus remarquables. Exceptionnellement cette année, un prix d'excellence et un prix d'honneur ont été également décernés.

Jean-Michel Silberstein, créateur du Siec, a reçu le Trophée d'honneur pour "son exceptionnelle contribution au rayonnement du CNCC et pour les actions réalisées au bénéfice de l'industrie de l'immobilier commercial", a indiqué le jury.

### **Catégorie "Acteurs engagés : projet de site": Marque Avenue A13 - Altarea Cogedim et Concepts & Distribution**

Exceptionnellement cette année, un prix d'excellence et un prix d'honneur ont été également décernés. Marques Avenue A13 (Aubergenville) est le premier complexe commercial français 100% bois développé par Altarea Cogedim et Concepts & Distribution. Pour le jury, "cette conception bois constitue une innovation majeure et définit un nouveau standard de performance pour les centres commerciaux".

### **Catégorie "Acteurs engagés : site existant": Bois de Bersol - Mercialys**

Union Investment et Mercialys se sont engagés en 2015 dans une démarche de certification environnementale de leur actif Bois de Bersol à Pessac. Le jury note que "cette construction a permis la réduction des consommations énergétiques, d'eau, la valorisation du tri des déchets, et la préservation de la biodiversité.

### **Prix d'Excellence: Polygone Riviera - Socri et Unibail-Rodamco**

Avec près de 150 enseignes, Polygone Riviera est le plus grand centre de shopping et de loisirs à ciel ouvert de France. "C'est l'alliance inédite, en un seul lieu, des univers du shopping mode et premium, des loisirs, d'un parc paysager et de l'art contemporain. Polygone Riviera modifie l'épicentre commercial de la région PACA qui n'avait pas accueilli de centre commercial depuis Cap 3000 à Saint Laurent du Var (1969) et Nicétoile dans le centre-ville de Nice (1882)" déroule le jury.

### **Catégorie "Création d'un centre commercial": Promenade Sainte-Catherine - Redevco**

Ouverte au public à l'automne 2015, Promenade Saint-Catherine développé par Redevco à Bordeaux remporte le prix « Création d'un centre commercial ». L'opération signée par les architectes Valode & Pistre compte 28 000 m<sup>2</sup> de commerces (38 enseignes) et des logements. "Ce véritable quartier a été choisi car parfaitement intégré à son environnement, établissant un lien fort entre tradition et modernité en proposant des expériences interactives

inédites et innovantes, un nouveau parcours marchand facilité et une architecture remarquable et élégante", a noté le jury.

### **"Catégorie Création d'un parc d'activités commerciales": St Max Avenue - JMP Expansion**

Située au coeur de la plus importante zone commerciale de Picardie, St Max Avenue se présente comme une longue avenue de 300 m. Le jury a été séduit par les codes d'un coeur de ville que le parc réunit : place, lieu d'échanges, fontaine à jets d'eau, jeux pour enfants, espace de pause, espace de restauration. "On retrouve une ambiance de rue mais dans un esprit contemporain, sans pastiche."

### **"Rénovation, extension d'un centre commercial": Rosny 2 - Unibail-Rodamco**

Quarante ans après son ouverture, Rosny 2 (Rosny-sous-Bois) veut rester fidèle à son statut de leader de l'Est Parisien et conforter son rang de pôle économique majeur de l'Est Parisien. "Le centre est donc devenu un véritable lieu de vie, de partage et de loisir. Cette rénovation offre un lieu à même d'exprimer pleinement la puissance de ces marques très attendues. 40 ans après sa naissance, le centre affirme sa longueur d'avance, la gamme d'enseignes mode la plus complète et exclusive de l'Est parisien. Ce sont ces derniers points qui ont fait la différence pour le jury."

### **"Rénovation, extension, requalification d'un parc d'activités commerciales": La Carbonnière - Etixia**

Kiabi souhaitait une surface de vente plus grande (+ 630 m<sup>2</sup>) afin d'exprimer son nouveau concept et reprendre des parts de marché, et sans fermeture du point de vente pendant les travaux. Pour Etixia, l'objectif était d'accompagner son client un menant sur ce site un développement immobilier qualitatif et durable pouvant profiter également à d'autres enseignes. "Le challenge de construire sur le même site un tout nouveau magasin pour Kiabi, puis démolir l'ancien, sans aucune rupture d'exploitation pour l'enseigne ni impact négatif sur le chiffre d'affaires" a séduit le jury. De plus "la signature architecturale forte à l'entrée de la zone commerciale magnifie le projet dans son environnement."

### **atégorie "Acteurs engagés : projet de site": Marque Avenue 13 - Altarea Cogedim et Concepts & Distribution**

édits photo : Altarea Cogedim

