



Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## Communiqué de presse

Paris, le 21 septembre 2023,

### SIEC 2023

## La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires dévoile les lauréats des 24<sup>e</sup> Trophées des Acteurs du Commerce

A l'occasion du SIEC, salon de référence de l'immobilier commercial qui a eu lieu au Parc des expositions de la Porte de Versailles les 19 et 20 septembre, les lauréats des Trophées des Acteurs du Commerce 2023 ont été révélés par la FACT. Des prix qui récompensent chaque année des projets immobiliers commerciaux, des initiatives innovantes portées par des espaces commerciaux et, nouveauté 2023, deux prix ont été attribués à des projets de collectivités du programme Action cœur de ville !

- **Deux nouveaux Trophées pour récompenser des projets mettant en valeur l'attractivité commerciale des villes moyennes**

Parce que la vacance commerciale n'est pas une fatalité, comme le révèle une nouvelle étude CODATA-FACT\*, la Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT), en collaboration avec l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires (ANCT), lance cette année **2 nouveaux Trophées** dans le cadre du **plan Action Cœur de ville**, pour mettre à l'honneur des projets qui ont permis de redynamiser l'attractivité commerciale des centres-villes :

- **Le Trophée de l'aménagement d'un espace public** a récompensé **la ville d'Arpajon**, pour le réaménagement des espaces du cœur de ville, qui a permis de reconnecter les places commerçantes et de redonner ainsi une cohérence aux circulations piétonnes en centre-ville.

- **Le Trophée de requalification d'un bâtiment ou d'une friche** a été décerné **aux Halles de Limoges** qui, par la rénovation de ce bâtiment historique, ont contribué à redynamiser le centre-ville, et à rajeunir sa clientèle.

### **\*Quels résultats pour les villes du plan ACV en matière d'évolution de la vacance commerciale ?**

Une **étude Codata-FACT** (septembre 2023) montre que les **quelques 200 villes du plan Action Cœur de Ville**, lancé par l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) pour redynamiser les centres-villes des villes moyennes, a **notamment permis de réduire le taux de vacance commerciale de -1,7 point depuis 2020 contre -0,3 point pour les villes hors ACV**. Ce taux est en baisse, y compris dans des villes ayant perdu des habitants, ce qui démontre l'importance des politiques de soutien au commerce et à l'attractivité des centres-villes.

Dans le top 3 des villes ayant enregistré la plus forte baisse de la vacance commerciale :  
**Calais (-7,7%), Bagnols-sur-Cèze (-7%), Vierzon (-6,7%).**

**L'étude complète sur demande**



Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires •

- **Cinq Trophées qui mettent à l'honneur les réalisations les plus marquantes de l'année**

Les Trophées ont également distingué, comme par le passé, **les projets d'immobilier commercial les plus marquants inaugurés en 2022, ainsi que les initiatives locales des sites commerciaux en RSE et en marketing :**

- **Le Trophée réalisation d'un Projet multifonctionnel a été remis aux ateliers Gaîté, projet d'Unibail-Rodamco-Westfield**, pour la réhabilitation de l'îlot mixte Gaîté, dans le quartier Montparnasse à Paris. Il s'agit d'un projet exemplaire de restructuration urbaine qui mixe sur plus de 100.000 m<sup>2</sup>, hôtel, bureaux, logements sociaux éco-conçus, crèche, bibliothèque... Une transformation emblématique qui, après plus de 5 ans de travaux, contribue au rayonnement et au dynamisme de ce célèbre quartier parisien.
- Le trophée **Rénovation/Extension d'un site commercial a été décerné à Cergy 3 Fontaines, du groupe Hammerson**. Ce site a bénéficié d'une transformation ambitieuse afin de le rendre plus lumineux et davantage ouvert sur la ville, avec en outre, la création d'espaces de coworking gratuits et l'installation d'un pôle médical.
- **Le Trophée de l'initiative locale RSE** est remis au **Social Market du Shopping Promenade Cœur d'Alsace**, création du groupe Frey, un lieu unique, solidaire et innovant : 1500m<sup>2</sup> entièrement dédiés à la seconde main et à l'économie circulaire, favorisant à la fois le lien social et l'insertion par l'emploi.
- **Le Trophée de l'initiative locale Marketing** est décerné à **Westfield-Euralille pour son exposition Champollion, en partenariat avec le Louvre-Lens**. Une démarche visant à démocratiser l'accès à la culture, en délocalisant l'expérience muséale au sein du centre commercial, et en proposant une expérience immersive avec des dispositifs de réalité virtuelle autour des mystères de l'Égypte antique.
- **Et enfin, le Prix du jury**, revient à **Bord'eau Village**, appartenant à la **société de la Tour Eiffel**. Ce site commercial à ciel ouvert, situé le long de la Garonne et réparti dans cinq hangars historiques classés par l'Unesco, a su métamorphoser sa programmation et faire le choix d'une offre renouvelée d'enseignes, de restaurants et d'activités qui composent un ensemble innovant, attractif et valorisant pour le quartier et la ville.

### **A propos de La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT)**

La Fédération des Acteurs du Commerce dans les Territoires (FACT - Ex-CNCC) réunit plus de 300 adhérents, spécialistes de l'immobilier commercial, principalement des propriétaires et des gestionnaires de sites commerciaux de tous types : centres commerciaux, retail parks, villages de marques, commerces de centre-ville, gares...

La Fédération a pour mission de promouvoir toutes les formes de commerces, de transformer et d'animer la ville et d'accompagner ses adhérents dans la transition écologique.

Elle propose depuis 2023, en partenariat avec des acteurs majeurs de l'analyse des flux et des données, un panel d'indicateurs uniques pour évaluer les flux de fréquentation des sites commerciaux, l'activité dans les centres commerciaux et l'évolution des dépenses de consommation des Français.

#### **Contacts Presse :**

Dora Nanaa : [dora@agencethedesk.com](mailto:dora@agencethedesk.com) – 06 20 71 46 35

Christine Singer : [christine@agencethedesk.com](mailto:christine@agencethedesk.com) – 06 03 91 06 13



Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## Les Trophées des Acteurs du Commerce 2023

### Détail des projets lauréats

**NOUVEAU**

### Trophée Action Cœur de Ville : Aménagement d'un espace public Ville d'Arpajon (91)

Depuis le Moyen-Âge, Arpajon est une ville particulièrement commerçante, et assure encore de nos jours par sa dynamique commerciale et la présence de nombreux services publics, une fonction de centre-ville pour les communes voisines de l'Essonne. La ville s'est lancée depuis 2018 dans un vaste projet de réaménagement de son cœur de ville et de ses espaces publics. Cette requalification de son centre s'inscrit dans le cadre du dispositif national, Action Cœur de Ville, dont l'objectif est de redonner de l'attractivité et de la vitalité commerciale aux villes moyennes.

Un projet ambitieux pour cette ville de plus de 10 000 habitants, qui après 4 ans de travaux et plus de 4 millions d'investissements publics a su complètement transformer son centre et ses places historiques en redonnant une cohérence architecturale à l'ensemble. Une refonte de grande ampleur engagée en concertation avec les habitants et les commerçants, et orchestrée par l'agence d'architecture Mutabilis.

Le plan de rénovation a porté sur 26 000 M2 d'espace public, comprenant l'artère principale de la grande rue, les 3 places du centre (marché, hôtel et église), les rues adjacentes et passages. Un objectif affiché : offrir une seconde jeunesse à cette ville millénaire en révélant son identité, ses richesses patrimoniales (halle de marché classée datant du XVe siècle) et en créant un cadre de vie attractif entre ville et nature, afin de donner envie d'y travailler et de s'y installer.

Les trottoirs de la grande rue centrale ont été élargis, de la pierre naturelle de granit a été posée sur le parvis de l'hôtel de ville et sur celui de l'église Saint-Clément. Les espaces publics ont été repensés avec des zones végétalisées, du mobilier urbain moderne, et de la restauration en terrasse.

Ces travaux ont également facilité l'accès aux commerces et services, en fluidifiant la circulation, en améliorant l'offre de stationnement avec la création d'un nouveau parking public de 150 places et en rendant la déambulation piétonne plus agréable.

Aujourd'hui la ville et ses 270 commerces accueillent en moyenne chaque semaine près de 200 000 visiteurs.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

**NOUVEAU**

## **Trophée Action Cœur de Ville – Requalification bâtiment** **Halles centrales de Limoges (87)**

Les Halles centrales de Limoges, construites à la fin du 19<sup>e</sup> siècle, sont situées place de la Motte en plein cœur du centre-ville, et sont inscrites aux monuments historiques. Elles abritent les deux marchés couverts et viennent en prolongation des rues piétonnes commerciales de la ville. La rénovation de ce bâtiment public de style Eiffel, emblématique de Limoges, a débuté en 2018, et aura duré près d'un an et demi, pour un investissement de plus de 6 millions d'euros. Un projet qui visait à embellir et à valoriser le cœur de ville, qui n'avait pas fait l'objet de travaux depuis de longues années. L'ambition étant d'en faire des halles modernes, ouvertes sur l'extérieur, tout en conservant et valorisant ses éléments patrimoniaux et historiques.

L'extérieur a bénéficié de travaux de rénovation minutieux, en concertation avec les architectes des bâtiments de France, désamiantage et déplombage, restauration de la frise et de ses 328 panneaux en porcelaine, peinture de la façade, changement des baies vitrées. L'ouverture sur l'extérieur est plus marquée qu'auparavant, notamment grâce à une entrée plus large avec la création de marches, et un éclairage naturel renforcé par le remplacement des vitres de façade.

L'intérieur des halles a quant à lui été totalement repensé, en concertation avec les 31 commerçants, avec des étals plus modernes pré-aménagés, une circulation sinusoïdale, des espaces plus aérés et mieux adaptés aux attentes des consommateurs (horaires d'ouvertures étendus). Sept nouveaux commerçants s'y sont également installés, proposant des produits en circuits courts, locaux : épicerie fine, primeurs et boulanger bio ...

Une des nouveautés est également la recherche de convivialité, avec la mise en place de dégustations directement sur les étals et d'un nouvel espace de 76 m<sup>2</sup>, accueillant un comptoir de vente « les Nines » et un showroom « Limoges Ville créative Unesco », lieu d'exposition d'œuvres contemporaines locales en céramique.

La réhabilitation des Halles et la création d'un nouveau secteur piétonnier aux abords, ont eu pour effet de dynamiser le centre-ville et de le rendre plus attractif. Ses 800 commerces, ont vu leur fréquentation augmenter ainsi que leurs taux de vacance divisés par deux en 2 ans.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## **Trophée Réalisation d'un projet multifonctionnel**

### **Ateliers Gaïté - Paris (14e) Unibail-Rodamco-Westfield**

Situé au cœur du quartier du Montparnasse à Paris, deuxième quartier d'affaires de la capitale, les ateliers Gaïté ont été entièrement repensés et modifiés par Unibail-Rodamco-Westfield. Un projet mené au sein d'un quartier en complète transformation, dont les objectifs étaient de réaménager l'espace public en offrant plus de confort pour les habitants, et en redonnant de la qualité architecturale à l'ensemble, notamment grâce à une construction éco-conçue et responsable.

L'îlot Gaïté, nouveau lieu durable du vivre-ensemble est un programme mixte ayant pour vocation de proposer d'une part, une offre commerciale répondant aux nouveaux modes de vie et de travail, et d'autre part d'insuffler un nouveau dynamisme au quartier en proposant une offre complète et inédite d'activités à usages mixtes en plein cœur d'un quartier historique de Paris.

Les ateliers sont un exemple de réaménagement mixte durable intégrant dans un même lieu sur 1,5 hectare, un large éventail de services de jour comme de nuit : commerces variés, co-working, crèche de 39 berceaux, hébergement dont 62 logements sociaux en bois, bibliothèque, centre de santé et de bien-être, restauration, le tout dans un cadre totalement innovant.

20 000 m<sup>2</sup> de commerces, 13 000 m<sup>2</sup> de bureaux et d'espaces de co-working Wojo, un centre de conférences sur 3 étages, le 2<sup>e</sup> hôtel de Paris en capacité avec 957 chambres et le rooftop le plus haut de la capitale, le plus grand Food Society jamais ouvert avec un food-hall de 3 500 m<sup>2</sup>, un parking sur 7 étages de 1370 places dont 74 électriques.

Les ateliers Gaïté sont devenus une nouvelle destination parisienne emblématique, un lieu de vie et de partage, accueillant plus de 100 000 clients chaque jour. Enfin pour faire écho au passé artistique du quartier, sont organisés plusieurs fois par mois, des ateliers Do It Yourself, autour du jardinage, de la cuisine, de la construction de jeux...Fort du succès de ces animations, le centre prévoit d'ouvrir à la rentrée prochaine, des ateliers créatifs dédiés aux enfants des écoles avoisinantes.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## **Trophée Rénovation/Extension d'un centre commercial** **Cergy 3 Fontaines - Cergy (95)** **Hammerson**

Le centre des 3 fontaines, créé il y a 50 ans, a depuis toujours accompagné la croissance et l'évolution de la ville de Cergy, élue « ville la plus dynamique de France » en 2019. Ce projet d'extension et de restructuration est tout naturellement devenu l'élément moteur de la requalification du centre-ville menée par l'agglomération de Cergy-Pontoise, et débutée en 2018. Dès le début des années 2000, le groupe Hammerson a eu la volonté de travailler à une restructuration de son centre commercial, lui permettant de le reconnecter à la ville, d'en devenir le poumon, en créant une nouvelle dynamique grâce à une offre repensée, de nouveaux services et une architecture intérieure revisitée.

Après 4 ans de travaux, 33 .000 M2 de surfaces supplémentaires ont été créées, 72 nouvelles boutiques, 14 restaurants, 500 nouvelles places de parkings. Le design du nouveau centre se veut plus lumineux, festif et épuré.

Un travail de grande ampleur a été réalisé afin d'introduire davantage de luminosité dans ce lieu, grâce à l'installation de verrières et de façades ouvertes permettant à la lumière naturelle d'y pénétrer. Le centre s'est également verdi, toitures végétalisées, murs de fleurs, jardin intérieur, installations de sept ruches produisant 90 kilos de miel par an. Les travaux de rénovation ont été réalisés dans un souci écologique, avec une majorité de matériaux utilisés issus du recyclage (béton bas carbone, acier), 99% des déchets valorisés et un bâtiment aujourd'hui autoalimenté en eau. Les 3 fontaines ont reçu le certificat Breeam construction niveau excellent, certifiant la qualité environnementale du projet d'extension.

Le centre commercial accueille aujourd'hui une population plus nombreuse, plus de 12 millions de visiteurs par an, une clientèle aux attentes différentes, plus jeune (25% d'étudiants) et familiale. Pour répondre à ses nouveaux besoins, l'offre de restauration a été repensée, avec la création d'un nouveau Food court ouvert sur une esplanade extérieure, accueillant 14 enseignes très variées (Big Fernand, IT trattoria, Sushi Kyo...). De nouveaux espaces ont également été construits, un lieu de co-working multi-services pour les étudiants et travailleurs, une conciergerie, un pôle médical complet.

Les 3 fontaines ont depuis toujours collaboré avec des associations locales en créant des partenariats culturels ou éducatifs, le projet d'extension a été l'occasion de renforcer ces liens. Lors de l'inauguration, le centre est passé en mode festival, des groupes de musiciens, de comédiens, d'humoristes, des collectifs d'artistes ont défilé sur scène, une initiative « le festival C3F » qui aura désormais lieu chaque année à la date anniversaire du centre.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## Initiative locale RSE

### Social Market

### Shopping Promenade Cœur d'Alsace - Reichstett (67)

### Frey

Le Social Market se situe au sein du Shopping Promenade Cœur d'Alsace, vaste projet de requalification de l'entrée nord de l'Eurométropole de Strasbourg, un lieu conçu pour favoriser le lien social et la convivialité.

Aménageur, investisseur et exploitant, spécialiste des lieux de commerce durable, le groupe Frey, 1<sup>ère</sup> foncière à devenir entreprise à mission, a réalisé ce lieu unique avec six partenaires commerçants locaux et associations de l'économie solidaire. Leur mission : remettre le commerce au service de l'intérêt collectif.

Concept inédit de 1 000 m<sup>2</sup>, le Social Market a été pensé pour valoriser une consommation plus responsable, en proposant des milliers de produits de seconde main : vêtements et accessoires de mode et de streetwear, chaussures, meubles, jouets, livres et BD, jeux vidéo vintage... On y trouve également des services et animations pour faciliter le recyclage : retouche, upcycling ou encore des ateliers pour apprendre à faire soi-même.

Dans ce projet, l'insertion par l'emploi occupe une place centrale, les boutiques solidaires et les associations permettent à des personnes sans emploi, en situation d'exclusion ou rencontrant des difficultés sociales, de bénéficier d'un contrat de travail et surtout d'être formées aux métiers de la vente, du commerce et de la logistique. 12 emplois ont ainsi pu être créés.

Le lieu est parsemé d'espaces conviviaux et ludiques ainsi que d'œuvres de street art.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## **Initiatives locales – Marketing**

### **Exposition Champollion-Partenariat Louvre Lens Euralille - Lille (59)**

#### **URW**

Premier centre de shopping au nord de Paris, accueillant plus de 14 millions de visiteurs par an, Euralille s'est imposé depuis une dizaine d'années comme un acteur engagé dans le domaine de la culture. Habitué à collaborer à différents événements artistiques, Euralille a souhaité aller encore plus loin, en nouant en octobre 2022 un partenariat prestigieux et inédit avec le Louvre Lens. Une collaboration à l'occasion de l'exposition « Champollion, la voie des hiéroglyphes », dont l'objectif était d'ouvrir davantage le monde de la culture et de le rendre accessible à tous, en délocalisant l'expérience muséale au cœur du centre commercial lillois.

Plus de 2 500 spectateurs ont pris part durant une semaine, aux différentes activités, ludiques et gratuites proposées au sein du centre commercial autour des mystères de l'Égypte antique : photobooth pour se mettre dans la peau des égyptologues de l'époque, dispositifs de réalité virtuelle pour découvrir le temple d'Abou Simbel dans les yeux de Jean-François Champollion, participation à une œuvre géante créée par les visiteurs, ateliers autour du scribe accroupi pour les plus jeunes, conférences sur l'égyptologie...

Cette expérience culturelle inédite et hors les murs autour de l'Égypte a aussi été l'occasion de faire découvrir les métiers du Louvre Lens, une dizaine d'employés du musée, scénographe, commissaire d'exposition, chef de la médiation, ont pu partager leurs expériences avec le public. Westfield Euralille, partenaire de l'école de la 2<sup>ème</sup> chance depuis 2008, a invité les jeunes des E2C Artois et Côte d'Opal, à visiter le centre et profiter d'ateliers personnalisés avec les équipes du musée afin de leur faire découvrir les métiers autour de la culture.

Cette opération a permis d'inscrire Westfield Euralille comme un acteur entreprenant sur son territoire et de démontrer une nouvelle fois qu'il était bien plus qu'un centre commercial.





Fédération des  
Acteurs du Commerce  
dans les Territoires

## **PRIX COUP DE CŒUR DU JURY**

**Bord'eau Village à Bordeaux (33)  
Société de la Tour Eiffel**

Situé sur les quais de la Garonne à Bordeaux, non loin de la Cité du Vin, Bord'eau Village est au cœur d'un quartier dynamique et en plein développement. Avec ses 32 boutiques, 13 restaurants, plus de 9 000 m<sup>2</sup> de bureaux et plus de 8 000 m<sup>2</sup> de surfaces d'enseignement, cet ensemble mixte s'étend sur près d'un kilomètre dans 5 hangars historiques classés au patrimoine de l'UNESCO.

Le lieu était initialement connu des Bordelais sous le nom de "quais des marques", un espace outlet ouvert en 2007. La société de la Tour Eiffel, propriétaire des lieux, a repensé son offre afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, à la recherche notamment de lieux hybrides offrant des activités variées. Bord'eau village est donc devenu, bien plus qu'un simple centre commercial, un lieu dynamique et vivant où l'on vit à toute heure des expériences uniques. C'est un endroit où l'on peut flâner, étudier, travailler, faire du shopping, se restaurer, se divertir mais aussi apprendre à faire la cuisine. Il offre aux habitants, aux travailleurs et aux visiteurs un espace de vie convivial, propice aux moments de partage en famille, entre amis ou entre collègues. Conçu comme une promenade à ciel ouvert, sans entrée ni sortie et permettant de profiter d'une vue exceptionnelle sur la Garonne.

Les enseignes présentes ont été choisies au cas par cas pour proposer aux habitants et aux touristes une offre particulièrement soignée, avec notamment des premières ouvertures en France comme la marque lifestyle Deus Ex Machina. Bord'eau Village est un véritable modèle d'innovation, continuant de contribuer à la transformation du quartier en mêlant commerce et art de vivre. Et le succès est au rdv, avec un taux d'occupation de 100%, une fréquentation et un chiffre d'affaires en hausse de près de 20%,

