

VIAJE DE ESTUDIOS A FRANCIA

Francia, 5 al 7 de marzo de 2008

Introducción

La primera semana de Marzo la AECC organizó un viaje, de tres días, para visitar unidades comerciales en Francia y Bélgica. Un total de 13 equipamientos, localizados, principalmente, en el Área Metropolitana de París, en el Norte del país y en localidades belgas próximas a la frontera francesa.



Francia, ha sido uno de los países europeos pioneros en la industria de los centros comerciales, iniciando su andadura en los años 60, con las primeras aperturas (Parly o Cap 3000) Desde entonces, hasta nuestros días, este sector ha ido evolucionando y adaptándose a las nuevas necesidades planteadas por sus visitantes.

Los primeros complejos comerciales apoyados en una gran locomotora de alimentación o en un gran almacén, según su ubicación periférica o urbana, se han adaptado a las nuevas tendencias, transformándose en unidades modernas con una diversificada oferta comercial en la que cobran importancia el medio ambiente y la sostenibilidad, la compra familiar y la comodidad para sus usuarios.



En este viaje hemos visitado diversos tipos de equipamientos, desde parques comerciales a centros comerciales urbanos, pasando por actuaciones urbanas integradas y renovaciones urbanas, centros comerciales del mueble o remodelaciones comerciales.

Hemos podido comprobar la apuesta de algunos grupos promotores por los renovados parques comerciales, el importante papel que representan algunos rótulos en el desarrollo de los nuevos complejos comerciales, la nueva etapa comercial que viene marcada por la necesidad de modernizar los antiguos equipamientos, con un mix comercial variado y novedoso, más luminosidad, líneas limpias pero sin olvidar la importancia del diseño, de desarrollar centros del Siglo XXI para consumidores cada vez más exigentes.



Los centros que hemos visitado han sido:

- 1. Parques Comerciales**
 - a. Thiais Village, Thiais
 - b. Family Village, Aubergenville

- 2. Actuaciones Urbanísticas**
 - c. La Vache Noire, Arcueil
 - d. Val D'Europe, Serris
 - e. Carré Sénart, Lieusant
 - f. Les Grans Pres, Mons

3. Renovaciones Urbanas

- g. Bercy Village, Paris
- h. LE 31, Lille
- i. Les Tanneurs, Lille
- j. Place D´Armes, Valenciennes
- k. McArthurGlen, Roubaix

4. Grandes Ampliaciones

- l. Auchan Noyelles, Noyelles-Godault

5. Otras tipologías

- m. Domus, Rosny sous Bois

1. PARQUES COMERCIALES

Thiais Village, Thiais



Superficie S.B.A.: 33.500m². / Ikea: 17.000 m².
Horario: 10´00- 20´00 de lunes a sábado (la restauración abierta todo el año)
30 locales
2.400 plazas de aparcamiento.
Afluencia desde apertura (31 de Agosto 2007): 2 millones de visitantes.
Inversión 100 millones de Euros

Parque comercial abierto en el año 2007 y localizado en el Sur del Area Metropolitana de Paris, ha sido promovido por el grupo Altarea. Thiais Village es un nuevo concepto comercial de parque, desarrollado a lo largo de un eje central en cuyos extremos se localizan: la zona de restauración y una unidad del grupo Ikea. Su elemento diferenciador principal es la dotación de plazas de aparcamiento en subterráneo, en dos plantas. Esta característica le confiere la apariencia de un lifestyle.

Integrado, además, por cinco medianas superficies (Fnac, Boulanger, Decathlon, King Jouet y New Look) que sacrifican su fachada, ubicándose en una segunda fila y permitiendo la integración de otros rótulos de menores dimensiones, recuerda un centro comercial abierto.

El cuidado de las zonas comunes, los detalles arquitectónicos o el tratamiento de las zonas de carga y descarga (cubiertas con paneles metálicos), plantean un nuevo concepto de parque comercial. En este equipamiento está prevista una ampliación que albergará una zona de ocio.



Family Village, Aubergenville



Superficie S.B.A.: 34.000m²
Horario: 10'00- 20'00 todos los días de la semana
50 locales
1.600 plazas de aparcamiento

Family Village es un producto desarrollado, también, por el grupo Altarea. Localizado al Noroeste de la ciudad de París, abrió sus puertas en el año 2007. El concepto de Family Village responde a una nueva idea de compra en familia en un espacio en el que está presente el comercio de grandes superficies (Kiabi, Saturn, Casa, Go Sport, Orchesta, entre otras), boutiques, restaurantes y zonas de ocio infantil, con una arquitectura común.

Este concepto de parque comercial rompe con el esquema tradicional de este tipo de productos. La jardinería es un elemento clave en el aparcamiento y en las zonas que perimetran el complejo. En sus instalaciones se da especial importancia a: la señalética, la homogeneidad de locales cuyo único elemento diferenciador es el rótulo, la integración en el entorno con arquitectura propia de la zona, cuidado de zonas comunes, áreas de juego para niños, iluminación, directorios, zona destinada a la realización de animaciones, etc.



2. ACTUACIONES URBANISTICAS

La Vache Noire, Arcueil



Superficie S.B.A.: 40.000m²
Horario: 10'00- 20'00 de lunes a sábado (supermercado de 9'00 a 21'00)
125 locales
1.800 plazas de aparcamiento.
Alquiler medio m² 420 Euros

Este centro comercial ubicado al Sur de París, fue promovido por Multi Development y en la actualidad es propiedad de ING. Abrió sus puertas en otoño del año 2007. La Vache Noire, que toma su nombre la plaza donde se encuentra localizado, forma parte de una gran operación urbanística, Portes d'Arcueil, con una actuación sobre 160.000 m² que integra diferentes usos además del comercial: oficinas, residencial, hotelero y un complejo de cines.

Una de las peculiaridades de este equipamiento comercial es la presencia de un parque público en su cubierta, de unos 15.000 m² y la presencia de 80 viviendas localizadas al borde de este jardín. Desarrollado en tres plantas comerciales, con un doble mall, y tres de aparcamiento, su oferta comercial es muy variada integrando en su merchandising rótulos de fuerza internacional: H&M, Zara, Media Store, Mex, Esprit, Le Grand Re crée, Truffaut o una unidad de alimentación de la cadena Monoprix. Un total de 17 medianas superficies. En el desarrollo están pendientes de concluir el hotel y un complejo de cines con 6 salas cuya apertura está prevista para el año 2009.

Es un complejo comercial con gran luminosidad a pesar de que una gran parte del mismo

ha sido construido bajo rasante; una gran fachada acristalada en su acceso principal potencia, también, esta cualidad. Las conexiones verticales, a través de escaleras mecánicas, tienen la peculiaridad de estar rematadas por un haz de luz de color. Los tonos blancos y crudos predominan en paredes y suelos combinados con paneles de madera rematando las fachadas de los locales.



Val D'Europe, Serris



Superficie S.B.A.: 84.000m²
Horario: 10'00- 21'00 de lunes a sábado (hipermercado de 8'30 -22'00)
160 locales
5.500 plazas de aparcamiento.
600 millones cifra de ventas (incluido el outlet)
15 millones de visitantes al año

Val D'Europe, situado al Sureste de Paris, es un complejo comercial localizado en uno de los barrios de la ciudad de Marne la Vallée, que debe su desarrollo a la voluntad de Disney de crear un proyecto urbano y comercial próximo al complejo de ocio de Disneyland Resort Paris.

El centro comercial internacional está integrado por una gran locomotora de alimentación del grupo Auchan, una variada oferta comercial tanto de medinas superficies (H&M, Fnac, Promod, Maison du Monde, Go Sport, Darty, La Grand Recrée, etc.) como de comercio más atomizado. El complejo se desarrolla en dos plantas.

Se ha cuidado especialmente su arquitectura interior destacando su gran luminosidad, los frentes de los locales con grandes balconadas y la decoración interior con farolas, árboles y vegetación que recuerdan una calle tradicional cubierta. Un gran mall central es el eje vertebrador del centro. Cinco puertas permiten el acceso al mismo y en la confluencia de las mismas con el pasillo central se han planteado plazas que albergan zonas de descanso y en las que se organizan múltiples y variados eventos (actividades infantiles, actuaciones musicales, etc.)

Un polo de restauración denominado Les Terrasses, un acuario dedicado a la defensa de la fauna y flora marina, Aquarium Sea Life Paris, un outlet, La Vallée Village, del grupo Value Retail y un centro de jardinería Delbard, completan la oferta de este complejo comercial. Está prevista una ampliación del mismo con nuevas implantaciones entre ellas una unidad del grupo Castorama.

El centro comercial cuenta con un gran número de servicios para sus clientes: recogida y entrega del automóvil, miércoles el día de los niños, manos libres con reserva y entrega de todas las compras realizadas en un único punto, Wifi, etc.



Carré Sénart, Lieusant



Superficie S.B.A.: 110.000m²
Horario: 10'00- 21'00 (hipermercado 8'30 a 21'00)
180 locales
6.300 plazas de aparcamiento (en silo)
13,7 millones de visitantes
370 millones de cifra de ventas (incluido el hipermercado)
Paseos a caballo

A comienzo de los años 70 se crea una nueva ciudad, Senart, integrada por 10 municipios cuya población se sitúa, en la actualidad, en torno a los 100.000 habitantes. Integrada en un proyecto de mejora de los alrededores de París, se lleva a cabo una actuación urbanística en diferentes ámbitos: residencial, transporte, dotacional, etc.

Su complejo comercial, de carácter regional, promovido por Espace Expansión (perteneciente al grupo Unibail) abrió sus puertas en el año 2002 con una superficie de unos 65.000 m² que se incrementaría en el año 2007 en otros 45.000 con un gran parque comercial. Los elementos identificativos del centro son el caballo y el molino.

De forma triangular se desarrolla en dos niveles con un hipermercado Carrefour de unos 14.000 m² de sala de ventas, también planteado en dos alturas, principal insignia del complejo. Su mix comercial cuenta con una variada oferta comercial tanto de pequeño comercio como de medianas superficies (H&M, Zara, Shops Center, Virgin, Darty, Go Sport, etc.). El ocio está integrado por un complejo de cines Gaumont, con 16 salas, 13.000 m², el mayor de la región de Île de France.

El edificio se caracteriza por la sobriedad de sus líneas y sus tonalidades, destacando una de sus fachadas acristalada. En el interior un mall curvado, muros de gran altura y una gran luminosidad proporcionada por su cubierta semiacristalada. La decoración se basa en tres elementos diferentes en función de las tres puertas de acceso: los planetas y los signos del zodiaco, fuente y el agua, la naturaleza y la vegetación.

Completando su oferta comercial, el pasado año, abrió sus puertas un parque comercial con 20 medianas superficies (Culture, Intersport, Kiabi, entre otros), una gran bolera y un área de restauración con 5 unidades. Existe un proyecto de implantación de una nueva unidad comercial, con tipología de outlet. Tanto el centro comercial como el resto del complejo, están perimetrados por una zona arbolada, más de 1.200 árboles y 50.000 plantas y arbustos. Ha recibido varios premios al mejor centro comercial.



Les Grands Prés, Mons



Superficie S.B.A.: 35.000 m²
Horario: 10'00- 20'00 (Hipermercado 8'30- 20'30)
75 locales
2.600 plazas de aparcamiento
4 millones de Visitantes

Inaugurado en el año 2003 y promovido por Redevco, este complejo comercial se encuentra localizado en la ciudad belga de Mons. Una locomotora de alimentación del grupo Carrefour de 18.000 m² (el mayor hipermercado de Bélgica) y una variada oferta comercial en la que predomina el equipamiento de la persona, integran su mix comercial, desarrollado en una única planta. Un gran hall de acceso, acoge su food court con 12 rótulos. El resto del equipamiento se articula en un doble mall.

Su arquitectura interior combina la piedra, con grandes estructuras de acero en cubierta, en tonalidades verdes, rematadas con cristal, a semejanza de algunas edificaciones del centro de la ciudad. La altura interior de sus muros permite la decoración de los frentes de sus locales con grandes carteles tematizados que van cambiando a lo largo del año.

El complejo está provisto de un moderno sistema de seguridad con un sistema de evacuación a través de túneles subterráneos que se prolongan desde el hipermercado hasta el aparcamiento. Utiliza para la ambientación del mismo, difusores de perfume y un juego de luces que cambia según la estación del año.

El centro cuenta con un servicio de guardería, policía, reciclado de vidrio con pago de envases entregados. Existe un proyecto de ampliación con la integración de una unidad del grupo Ikea y la construcción de 600 viviendas en las proximidades del centro.



3. RENOVACIONES URBANAS

Bercy Village, París



Superficie S.B.A.: 24.000m²
Horario: 11'00- 21'00 todos los días del año (restaurantes abiertos hasta las 2 de la mañana)
35 locales

En los años 70 se inició una importante renovación urbanística en el Este de la ciudad de París con actuaciones en antiguas zonas industriales que dieron paso a nuevos usos: residencial, zonas verdes, terciario o comercial, creando, así, nuevos barrios en este sector de la ciudad.

Bercy Village, inaugurado en el año 1998, es un proyecto comercial desarrollado por el grupo Altarea, cuyo objetivo principal ha sido la recuperación del espacio urbano de esta

zona, próxima al río, y ocupada por antiguos almacenes de vino, en desuso, creando un nuevo concepto en el que el ocio y el comercio son los protagonistas. Un centro comercial urbano con una gran afluencia peatonal.

En el nuevo planteamiento se respetaron las edificaciones originales conservando sus fachadas, la pavimentación original, las antiguas vías de tren, sus vigas y sus techados, y todos aquellos detalles arquitectónicos de las antiguas bodegas.

Una avenida principal con varios accesos perpendiculares, estructura el centro comercial, prolongándose hasta un complejo de cines de la firma UGC. Están presentes en este desarrollo rótulos como Fnac Junior, Club Med, Pacific Adventure, Sportzone, etc, así como una importante oferta en restauración.



LE 31, Lille



Superficie S.B.A.: 21.000 m²
Horario: 10'00- 20'00
7 locales
600 plazas de aparcamiento

Promovido por el grupo Forum Invest, se abrió al público en el año 2007. LE 31 se encuentra ubicado en el corazón de la ciudad de Lille, una de las principales ciudades francesas. Este proyecto ha contribuido a dinamizar este núcleo urbano de la ciudad que con una gran vocación comercial, carecía de grandes unidades comerciales.

Desarrollado en tres niveles comerciales, cuenta con una oferta de 7 rótulos internacionales: Berskha, Darty, Grand Optical, Pull and Bear, Adidas, La Grande Recrée y un gran almacén Galeries Lafayette con una superficie de unos 16.000 m² (el primero que abre fuera de Paris en años)

Para integrarse en su entorno inmediato se ha planteado un edificio con una gran fachada acristalada de alrededor de 10 metros de altura, que permite el paso de la luz natural, articulada alrededor de una plaza central, acceso a las tres plantas del centro.

Una gran peculiaridad de este centro es su canal interactivo de televisión, Forum TV (patrocinado por Forum Invest en sus centros). La presencia de una gran pantalla instalada en el complejo, pero visible desde el exterior, permite visualizar música, cultura, cine, noticias, publicidad, etc., y cuenta con un espacio que permite a los internautas difundir sus propios videos.



Les Tanneurs, Lille



Superficie S.B.A.: 21.000 m²
Horario: 10´00- 19´30 (supermercado 9´00 a 22´00)
50 locales
600 plazas de aparcamiento

Localizado en el casco urbano de Lille y promovido por el grupo Altarea, esta unidad comercial abrió sus puertas en el año 1986, aunque en el año 2004 se llevo a cabo una renovación completa del mismo. Planteado en dos niveles comerciales, las principales locomotoras del centro son: Monoprix, Joue Club, Fnac y C&A. Su carácter urbano confiere una gran importancia a la afluencia peatonal.

Arquitectura vanguardista con espacios luminosos, utilización de materiales nobles, cómodas zonas de descanso con grandes butacas de cuero y un gran corazón de neón que simboliza la vida y la energía, son los principales elementos diferenciadores de este centro.

Existe un proyecto comercial, Coeur Grand Place, para reagrupar el centro de Les Tanneurs con otra unidad comercial próxima, Pasaje des Tanneurs, con fachada a la Grand Place de Lille, para plantear un gran paseo comercial que mejore los flujos peatonales desde la plaza principal de la ciudad.

Dado que ambas unidades están separadas por dos ejes peatonales, se llevará a cabo una importante actuación, para crear un concepto de unidad: marca única para todo el conjunto, utilización de la misma señalética, el mismo tipo de decoración o de identificación de rótulos. Esta nueva actuación generaría un nuevo equipamiento de 30.000 m² y 70 locales.



Place D´Armes, Valenciennes



Superficie S.B.A.: 16.000 m²
Horario: 9´30- 19´30 (Supermercado 8´30- 20´00)
60 locales
600 plazas de aparcamiento
6 millones de Visitantes

Centro promocionado por el grupo Klépierre, fue inaugurado en el año 2006. Place D´Armes es la punta del iceberg de un ambicioso proyecto de recuperación urbana en el casco histórico de la ciudad de Valenciennes, con la construcción de 140 viviendas, más de 1.800 m² de oficinas y un aparcamiento público en tres plantas.

El complejo comercial desarrollado en dos plantas comerciales con una oferta comercial basada, principalmente, en el equipamiento de la persona. Cuenta con la presencia de cuatro locomotoras: H&M, Zara, Fnac y un supermercado Match. El 80% de los rótulos presentes han sido de nueva implantación en esta localidad y han contribuido a dinamizar el centro histórico completando la oferta comercial presente en las calles aledañas.

Integrado en su entorno, en la arquitectura exterior se han utilizado elementos propios del urbanismo de la ciudad, el ladrillo y el metal, y se han mantenido los cánones de edificación del resto de edificios de la Place D'Armes, en la que se encuentra el acceso principal de la unidad comercial.

En su interior, una cubierta acristalada y un corredor central, permiten el paso de la luz a las dos plantas comerciales. Suelos de mármol y madera, paredes blancas, acabados metálicos y una abundante vegetación natural, ofrecen un aspecto sobrio y elegante al centro.



McArthur Glen, Roubaix



Superficie S.B.A.: 17.000 m²
Horario: 10'00- 19'00
65 locales
1.600 plazas de aparcamiento
1 millón de Visitantes

Outlet promovido por el grupo McArthur Glen, localizado en el centro histórico de Roubaix, localidad próxima a Lille, fué inaugurado en el año 1999, en el espacio ocupado por un hipermercado del grupo Auchan que cerró sus puertas. El complejo comercial está planteado con un gran eje central, con locales comerciales en ambos lados. Adidas, Nike, Mexx, Façonnable o Reebok, son algunos de los rótulos presentes. Dada la proximidad a la frontera belga, un 20% de sus visitantes proviene del país vecino.



4. GRANDES AMPLIACIONES

Auchan, Noyelles Godault



Superficie S.B.A.: 80.000 m²
Horario: 9'00- 20'30 (hipermercado 8'30 a 21'00)
140 locales
6.700 plazas de aparcamiento
15 millones de Visitantes

Complejo comercial promovido por el grupo Auchan, se encuentra localizado al Norte de Francia. Fue inaugurado en el año 1970 con un hipermercado de esta insignia de 18.000 m², uno de los de mayores dimensiones, y una pequeña galería comercial. En los años 80

se planteó la primera actuación cambiando la ubicación de una mediana de deportes, Decathlon, primera piedra del parque de medianas. En los años 90 se instaló el primer Toys de Francia. A finales de esta década, de nuevo se incrementó la superficie comercial en unos 15.000 m². La actuación inicial se realizó sobre 15 hectáreas que en la actualidad han pasado a 60.

A lo largo de estos años se ha dado una gran importancia a la jardinería y a las comunicaciones peatonales dentro del recinto. Amplios espacios con zonas verdes y arboladas tienen como elemento representativo del conjunto la hoja de roble, árbol presente en todo el complejo.

Dado el tamaño de este equipamiento comercial, la señalética ha cobrado una especial importancia. Desde sus 5 entradas, diferentes señales verticales informan sobre los movimientos internos, la localización de las medianas, las zonas de restauración o el centro comercial propiamente dicho.

El complejo comercial está integrado por un parque de medianas, con 55 locales, en el que están presentes varios rótulos del grupo Auchan (Castorama, Decathlon, Kiabi, Culture, Alinea, son algunas de las principales firmas); Un complejo de cines Cineville con 12 salas; área de restauración con 6 restaurantes (Hippopotamus, Les 3 Brasseurs, o Mc Donald's); centro comercial con hipermercado y 80 locales desarrollado en una única planta (Zara, Sephora, etc.) y un único mall con más de 200 m² de largo, trazado en paralelo con el hipermercado.

Un gran hall, tanto en dimensiones como en altura, acristalado, es el principal acceso al equipamiento. En el mall alternan zonas con cubierta acristalada con otras de menor altura y estructura maciza. El blanco de las paredes contrasta con el rojo del ladrillo y la madera empleados en las separaciones de los locales, así como con el verde de la cubierta.

Una ampliación prevista para finales del 2008 en la que se incrementará la superficie del hipermercado hasta llegar a los 22.000 m², le convertirá en la mayor unidad Auchan del mundo.



5. OTRAS TIPOLOGIAS

Domus, Rosny Sous Bois



Superficie S.B.A.: 60.000m²
Horario: 10'00- 20'00 todos los días del año
100 locales
2.400 plazas de aparcamiento
3 millones de visitantes

Domus es un equipamiento comercial, localizado al Este de la ciudad de París, que abrió sus puertas en el año 2006 y cuya característica principal es ser un centro exclusivamente dedicado al hogar. Desarrollado en tres plantas comerciales y dos aparcamientos, uno sobre cubierta y otro subterráneo, cuenta con una variada oferta en esta categoría: tiendas de muebles, de cocinas, lencería hogar, de sofás, etc.

Dos grandes locomotoras Truffaut y Alinéa (planteada en dos plantas, este rótulo es

considerado competencia directa de Ikea) junto con un gran número de rótulos de la categoría de hogar (Bo Concept, La Maison Colonial, Roche Bobois, Laura Ashley, etc.) y una zona de restauración con alrededor de 15 locales, completan su oferta comercial.

Existe un gran contraste entre su arquitectura exterior que recuerda la estructura de un barco y combina paneles de color ocre con cristal y con una malla que cubre las zonas de carga y descarga y la decoración interior en blancos, con techos acristalados, líneas muy pronunciadas y escasa ornamentación. Su planteamiento arquitectónico permite desde cada planta contemplar las otras dos plantas comerciales. El centro está dedicado a los cuatro elementos: aire, agua, tierra y fuego.

Entre los servicios que presta este complejo podemos destacar: el asesoramiento en la decoración del hogar, servicio de guardería, biblioteca, farmacia, peluquería, etc.

