

DOSSIER SPECIAL



"La crise n'a pas affecté le projet de Fontvieille"

par Patrice Zehr

C'est le projet dont tout le monde parle. La rénovation du quartier de Fontvieille : 100.000 mètres carrés autour du grand centre commercial. Le but c'est de donner à Monaco une attractivité commerciale et environnementale supérieure à celle de Polygone Riviera ou Cap 3000. C'est donc assez naturellement que la candidature de SOCRI REIM s'est imposée. Questions à Nicolas Chambon, son président fondateur.

■ La crise sanitaire est-elle une menace pour le projet du nouveau Fontvieille ? Avez-vous pu vous adapter et maintenir les objectifs ?

Nicolas Chambon : "La crise sanitaire n'est en rien une menace pour le projet de Fontvieille. Cette crise est grave d'un point de vue sanitaire et économique mais elle a été mieux gérée en Principauté que dans bien des pays. D'autre part la crise que nous traversons et dont nous voyons enfin le bout de tunnel est conjoncturelle alors que la restructuration du quartier de Fontvieille vient répondre structurellement aux besoins des monégasques, que ce soit en matière d'offre commerciale, de créations d'emplois, de déplacements, de logement et enfin de cadre de vie. Enfin la mise en œuvre de ce projet est particulièrement vertueuse car il génère des recettes importantes et récurrentes pour les finances de la principauté que ce soit pour les nouveaux loyers mais aussi les recettes de TVA qui pourront être captées sur Monaco. Cette année, avec l'Administration des Domaines et les services du Gouvernement, ce projet étant plus que jamais une priorité, nous avons mis en place les moyens nécessaires pour que le projet avance malgré le contexte et que l'on respecte nos engagements sur le planning."

■ On le voit partout où vous avez imposé votre patte avant Monaco, l'immobilier commercial est pour vous un levier qui permet finalement une révolution urbaine incluant l'environnement et la vie des vrais gens. Quel est l'esprit de SOCRI REIM ?

NC : "SOCRI REIM est, pour dire les choses simplement, un opérateur dédié à la dynamisation des cœurs de ville. Nous maîtrisons en effet toutes les étapes des opérations urbaines complexes et intervenons aussi bien dans le développement d'opérations d'aménagement, de projets immobiliers, que dans l'investissement et la gestion d'actifs. Il faut nous voir comme un acteur global, flexible et pluridisciplinaire capable de proposer à des collectivités des opérations d'aménagement complètes. Nous nous efforçons de concevoir des lieux d'exception innovants, avec une très forte présence du végétal, et répondant aux plus hauts standards en matière de développement durable. De plus, cette période vient confirmer qu'il faut faire évoluer les sites existants monofonctionnels, reformés sur eux-mêmes pour en faire des lieux de vie ouverts, aérés, extrêmement végétalisés et à multi-usage. En matière de commerce, il est indispensable aujourd'hui de proposer une offre multicanale qui réponde à la fois au besoin de proximité et de « e-services » (click&collect, livraison à domicile, drive) avec l'intégration d'une logistique urbaine mieux adaptée. La conception minutieuse de ce projet qui s'est faite en étroite collaboration avec l'ensemble des partenaires répond à l'ensemble de ces objectifs. Nous travaillons depuis le premier jour telle une « maison de haute couture » de l'immobilier au service de la principauté sur ce site particulièrement contraint."

■ Comment cette conception s'est-elle adaptée aux spécificités de Monaco ? A quoi va ressembler votre nouveau Fontvieille ?

NC : "Nous avons été très loin dans les études de conception du projet en mettant en place une équipe complète de plus de 20 maîtres d'œuvre et bureaux d'études, dont l'architecte Alexis Bianchi de Monaco, l'agence Fuksas de Rome et l'agence L35 de Barcelone. Ce sera une infrastructure majeure qui transformera radicalement le quotidien des habitants et des salariés à Monaco. Le projet prévoit tout d'abord une extension importante du centre commercial qui compose le site existant, avec l'implantation de grandes enseignes internationales. L'ensemble intègre aussi un immeuble de bureaux avec des espaces de travail modulaires et modernes, accompagnés de nombreux services, un petit immeuble de logements domaniaux, un parc de stationnement et un niveau de logistique urbaine, complètement indispensable du commerce de demain. La toiture de l'ensemble accueillera le plus grand parc public de Monaco sur 2ha situés en plein cœur de la Principauté. Les abords du site seront également totalement repensés pour assurer une connexion urbaine parfaite avec son environnement, avec une attention toute particulière pour les parcours piétons. Ce projet sera réellement une référence



mondiale en matière de développement durable. Il ne visera pas moins de 7 labels environnementaux très exigeants."

■ La crise sanitaire peut selon certains prévisionnistes déboucher sur des changements de comportements. L'attractivité des grands centres commerciaux n'est-elle pas en risque de déclin ? Intégrez-vous dans vos projets cette incertitude sur l'avenir de la demande par rapport à votre offre ?

NC : "Monaco, comme à bien d'autres égards, est un cas unique au monde en matière d'offre commerciale. La demande pour l'implantation de nouvelles enseignes aux standards internationaux est extrêmement forte sur Monaco. Les performances des commerces sont globalement très bonnes en principauté. La restructuration de Fontvieille répond à un besoin très fort qui permettra aussi de limiter l'évasion commerciale de la clientèle et de répondre à la demande locale. Au-delà du centre commercial, le projet de Fontvieille a été conçu comme une infrastructure proposant de nombreuses activités et services : commerces, bureaux, restaurants, loisirs, logements, musées et parc. Sa conception avait déjà anticipé de nombreuses tendances ou enjeux d'avenir. Pour ne citer qu'un exemple, il intègre une véritable plateforme logistique urbaine permettant aux clients de commander sur internet et de venir directement récupérer leurs produits sur le site. Les commerçants pourront ainsi jouer pleinement de la complémentarité des canaux de vente en proposant par exemple du « click & collect », du « web to store », des livraisons à domicile ou encore des services de drive. D'autre part, toujours dans une démarche de pérennité et d'évolutivité, les futurs bureaux seront livrés brut afin de les aménager suivants les besoins du moment et de se conformer au plus près des souhaits des futurs occupants. Les réflexions à ce stade portent sur une offre de bureaux modulaires, avec de nombreux services associés et des espaces de co-working. Notre ambition est de créer un site sur mesure, résolument adapté aux besoins actuels et futurs des monégasques et de la Principauté."

INITIATIVES

Un bel exemple de résilience

Pierre Billon et Sébastien Lambla, tous deux monégasques, lancent DouxVillage.mc, première «MarketPlace monégasque» pour le développement de l'achat local en ligne auprès des commerçants de la Principauté. Le commerce local qui devait déjà lutter contre la vente en ligne des pure-players, doit aujourd'hui faire face aux conséquences de la crise sanitaire. Et si l'ennemi du passé devenait l'allié du futur ? C'est le pari réfléchi de Sébastien Lambla et Pierre Billon. DouxVillage.mc, est ainsi le fruit d'une approche communautaire misant sur la cohérence commerciale digitale. Elle s'adresse à l'ensemble des commerçants de la Principauté avec une gestion simplifiée, leur permettant ainsi quelle que soit leur taille, d'en bénéficier. La plateforme s'occupe de tout, mise en ligne de la boutique, gestion des commandes clients, interface avec les commerçants pour la disponibilité produits et livraison.



■ Lancement le 8 décembre, juste avant les fêtes de fin d'année...

Un lancement prévu le 8 décembre, juste avant les fêtes de fin d'année, afin de permettre aux commerces de booster leurs ventes dès la période où ils en ont le plus besoin ! Un service sans nul autre pareil permettant une livraison dans l'après midi pour toute commande passée le matin avant 11h, et ainsi recevoir ses achats afin la fin de la journée de travail. De quel donner doublement envie de soutenir le commerce local. Pierre Billon et Sébastien Lambla, amis d'enfance, sont deux monégasques revenus à Monaco après avoir travaillé dans le secteur des nouvelles technologies dans de nombreux pays. « Nous avons comme ambition de soutenir les ventes de nos commerçants locaux, tout en accompagnant la digitalisation du commerce à Monaco. Cette période a accéléré notre projet en la matière, en misant sur l'entraide, l'entrepreneuriat et l'innovation. Une véritable évidence pour nous ».