



FONCIÈREMENT
INNOVANT



**UN LABEL AMBITIEUX POUR ACCOMPAGNER LA
TRANSFORMATION DES CENTRES COMMERCIAUX
DE CENTRE-VILLE**

03 Etat des lieux

Du centre vers la périphérie
SGM foncièrement coeur de ville

05 SGM : Une stratégie active pour répondre aux attentes du centre-ville

06 Partis-pris

07 Nos implantations

08 Le Label RSEE : Une démarche responsable pour la revitalisation des centres-villes

12 Un référentiel engagé pour :

- 13 La revitalisation Economique
- 14 La revitalisation du Bâti
- 15 La revitalisation Environnemental
- 16 La revitalisation Sociétale

17 Un label ambitieux

18 Processus de labelisation

19 Contact

ETAT DES LIEUX

DU CENTRE VERS LA PÉRIPHÉRIE

Le commerce est né au cœur de la ville : lieu de vie, de rencontres et d'efficacité.

Mais les 30 glorieuses et la fragilisation des centres villes ont rebattu les cartes : pression foncière, contraintes réglementaires du bâti en ville, omniprésence de la voiture... Les centres commerciaux se sont déplacés à l'extérieur, immenses symboles d'une ère nouvelle, au détriment de centres-villes qui ont perdu en dynamisme et en attractivité.

Les générations d'avant ont massifié, systématisé, oubliée de l'empreinte environnementale : étalement urbain et production de paysages de faible qualité, banalisation des entrées de ville, organisation des flux marquée par un usage massif de la voiture individuelle...

Cependant, le mouvement de balancier est aujourd'hui à rebours : la crise environnementale majeure de nos sociétés change la donne et l'e-commerce interpelle les grands centres commerciaux de périphérie.

CENTRES COMMERCIAUX DE CENTRE-VILLE : CHIFFRES CLÉS

165 centres commerciaux en centre ville (20% du total)



25 mds d'euros de CA cumulé (soit 1% du PIB)

21 900 m² de surface en moyenne



5,5 ans dernière rénovation (médiane)

Un recentrage vers le qualitatif en ville

2019, marque :

- une année d'investissement record (6 milliards €) soit plus +49% par rapport aux 10 dernières années, le secteur a adapté sa stratégie de déploiement en rééquilibrant la part construction/rénovation.
- la fin de la course à la construction et le début des investissements orientés vers les centres commerciaux situés en ville : 20% des centres commerciaux ont concentré 58% des investissements sur secteur : création de lieux de vie, mixité de l'offre et ouverture sur la ville.

SOCIÉTÉ DES GRANDS MAGASINS FONCIÈREMENT COEUR DE VILLE

La Société des Grands Magasins, foncière créée en 2018 s'est révélée devenir très rapidement un acteur incontournable du secteur positionné sur des centres commerciaux de centre-ville.

FAIRE LE PARI DU COMMERCE DE CENTRE-VILLE EN REDYNAMISANT DES CENTRES COMMERCIAUX EXISTANTS.

ENGAGÉ DANS LE TISSU ECONOMIQUE LOCAL 9 CENTRES COMMERCIAUX

La stratégie de la SGM, prend d'autant plus de sens et d'ampleur dans le contexte actuel favorable au centre-ville. Sa résilience a été démontrée par la crise sanitaire qui a vu un véritable retour au commerce de proximité, dont l'avenir est privilégié par rapport aux actifs de périphérie, dont les constructions nouvelles se voient suspendues dans le cadre de la loi climat.

SGM conçoit ainsi ses centres commerciaux comme des lieux de vie, intégrés dans le tissu économique et sociale, contribuant à la convivialité et à l'animation de leurs zones d'implantation et faisant la promotion d'un commerce responsable et durable.

S'appuyant sur une démarche entrepreneuriale moderne, SGM se positionne comme un acteur engagé au service du commerce et de la revitalisation du centre-ville, avec un savoir faire reconnu

POUR DESSINER LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE DE DEMAIN

C'est dans cette logique que SGM a souhaité initier une nouvelle dynamique de revalorisation des actifs commerciaux de cœur de ville en initiant le Label Revitalisation Sociale Economique & Environnementale des centres commerciaux de centre-ville.



SGM : UNE STRATÉGIE ACTIVE

POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DU CENTRE-VILLE

SÉLECTIONNER des sites avec un rayonnement remarqué et un potentiel non exploité.

RÉINVENTER les fondamentaux du commerce de centre-ville, pilotés par une équipe dédiée.

DESSINER une stratégie de redynamisation sur-mesure, valorisant l'innovation, la proximité et les services.

IMAGINER les centres commerciaux de demain comme des lieux de vie, autant shopping que loisirs.

TRANSFORMER nos centres en lieux incontournables de leur bassin de vie.

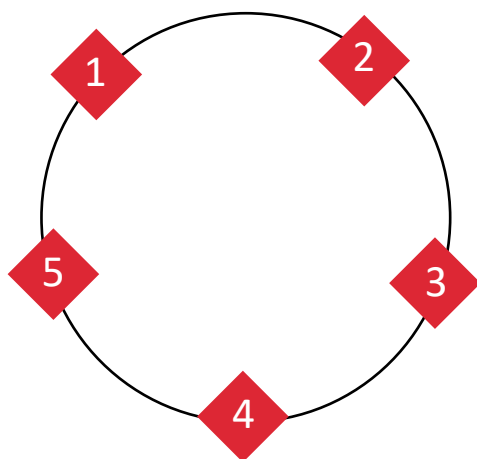
OFFRIR une expérience client fidélisante, innovante et riche en partenariats.

UNE APPROCHE ADAPTÉE AUX BESOINS DE CHAQUE VILLE.

Analyser le **potentiel** de chaque centre et **dédier une équipe à sa redynamisation**.

Dessiner une **stratégie de développement et d'investissement sur-mesure**

Imaginer le centre comme un lieu de vie, où le commerce allie nécessité et plaisir grâce à un accueil client, des animations et une expérience shopping perfectionnée



Valoriser l'existant & **réinventer** la vacance avec des enseignes innovantes et attendues pour **repositionner les centres comme véritable cœur de commerce**.

Diminuer fortement le poids des charges, tout en assurant le déploiement de notre politique de croissance verte

PHYGITALISATION TIERS LIEUX ACCOMPAGNEMENT

FOOD & BEVERAGES BOUTIQUES LABORATOIRES MARKETING INTERACTIF

ENTERTAINMENT COMMUNICATION 360 CONCEPT STORES INNOVANTS SPECIALTY LEASING



PARTIS-PRIS

**ANCRAGE LOCAL
& DÉVELOPPEMENT NATIONAL**



**UN LABEL D'ENGAGEMENT
TERRITORIAL & SOCIÉTAL**



**ACCOMPAGNEMENT
& DÉVELOPPEMENT DURABLE**



**OFFRES INNOVANTES &
DIFFÉRENCIANTES**

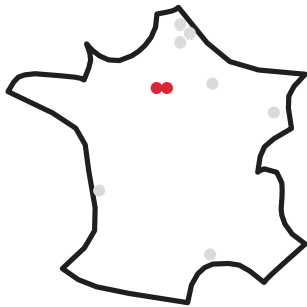


**LIEUX DE VIE & EXPÉRIENCES
SHOPPING UNIQUES**

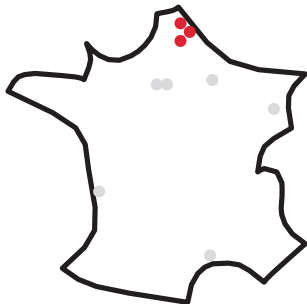


**SERVICES DE PROXIMITÉ
& COMMERCE INTERACTIFS**

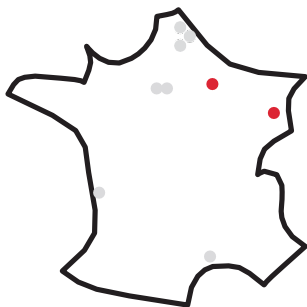
150.000M² DE COMMERCE AU SERVICE DE PLUS DE 30 MILLIONS DE CONSOMMATEURS PAR AN



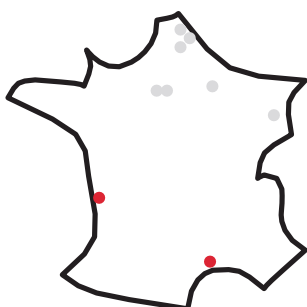
ÎLE-DE-FRANCE
Le Kremlin-Bicêtre,
Montigny-le-Bretonneux



HAUTS-DE-FRANCE
Lille, Roubaix, Tourcoing



GRAND EST
Châlons-en-Champagne, Mulhouse



Atlantique & Sud-Ouest





**UNE NOUVELLE DEMARCHE RESPONSABLE POUR LA
REVITALISATION DES CENTRES-VILLES**

LE COMMERCE DOIT SE RÉINVENTER ET SE CONJUGUER « AU CŒUR »

UN LABEL POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DU COMMERCE DE CENTRE-VILLE

Les centres commerciaux « cœur de ville » sont le sésame d'un développement résilient alliant mobilité douce, maîtrise des externalités négatives (sols, biodiversité...) et proximité.

Seulement pour accélérer, pour fédérer, pour renforcer le rééquilibrage de nos territoires et la réduction de notre empreinte écologique, la revitalisation du commerce « cœur de ville » a besoin de ses repères, de ses règles.

Engagés sur des actifs commerciaux de centre-ville et face aux caractères trop limitatifs des labels existants, le label a été pensé exclusivement pour la revitalisation sociale, économique & environnementale des centres commerciaux de centre-ville.

UN LABEL CONSTRUIT POUR FAVORISER LE PASSAGE À L'ACTION

PASSER DE LA RAISON D'ÊTRE À LA RAISON D'AGIR ET DONNER LES CLÉS POUR REVITALISER EFFICACEMENT LES CENTRES COMMERCIAUX DE CENTRE-VILLE

Ce nouveau label traduit une vision et une conviction forte : le commerce de demain participera activement à la vie et au tissu économique local, sera accessible à pied, économe en ressources, respectueux de l'environnement.



ENJEUX : 4 points de focalisation

Ce sont les points focaux de création de valeur du label :

1. Attractivité économique
2. Revalorisation du bâti
3. Gestion efficiente et responsable
4. Accompagnement de l'écosystème local.



ENGAGEMENTS : Zones clés d'implication

Thèmes piliers d'un développement durable, ils précisent les zones clés d'implication autour de l'enjeu auxquels ils sont rattachés.

Par exemple : Promotion de la mobilité et des transports durables.



OBJECTIFS

Thèmes concrets, cohérents et opérationnels qui traduisent les engagements.
Par exemple : Optimisation de la logistique du dernier kilomètre



ACTIONS/INDICATEURS

Matérialisent les objectifs
Permettent la définition des actions
Permettent de fixer une trajectoire de progrès

UN LABEL QUI REPOND AUX PROBLEMATIQUES IDENTIFIES DU COMMERCE DE CENTRE-VILLE



ARTICULÉ AOUT DE 4 THÉMATIQUES POUR LESQUELS LA SOCIÉTÉ DES GRANDS MAGASINS S'ENGAGE AU TRAVERS LE RÉALISATION DE 4 OBJECTIFS D'ACTION :

ATTRACTIVITE ECONOMIQUE

1. **Développement économique** (CA des commerçants, flux clients, investissements pour le commerce...)
2. **Création d'emplois, directs ou indirects**
3. **Diminution des charges communes**, jusqu'à 40%
4. **Augmentation du taux de remplissage**

REVITALISATION DU BATI

1. **Modernisation, amélioration et dépollution de bâtiments existants**, au capital carbone déjà consommé et viabilisé, sans nouvelle artificialisation des sols
2. **Investir pour la maîtrise de l'empreinte environnementale** (Plan pluriannuel de travaux optimisés, 100% LED, GTC, isolation, remplacement des équipements...)
3. **Logistique du dernier km** (mise à disposition de parking/stockage non exploités pour du dernier km), ville 1/4h, accès aux transports durables
4. **Nature en ville**, via des actions directes (ruches, végétalisation), ou des participations / soutiens a des actions locales

MAITRISE DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

1. **Objectif 0 déchet, et revalorisation des déchets liés à l'exploitation et aux travaux**
2. **Diminution des consommations eau/énergie** jusqu'à 30%
3. **Confort et bien être au sein du centre**, Eco box,
4. **Engagement** des prestataires/partenaires/commerçants **autour d'une charte commune de bonnes pratiques**

ENGAGEMENT POUR LE TISSUS LOCAL

1. **Favoriser le consommateur local & durable**, avec du soutien aux entrepreneurs locaux et engagés, éthiques, et la mise en avant de thématiques pédagogiques
2. **Promouvoir l'art et la culture au sein du centre**, en ouvrant a des zones parfois défavorisées à la culture l'accès à l'art
3. La **création de tiers-lieux** promouvant la jeunesse, l'entrepreneuriat, la réinsertion, la famille etc. Autour d'un espace ludique, café familiale et co-working. La Troisième Place.
4. **Offrir des services de proximité** à notre zone de chalandise primaire, en assurant l'accès à une panoplie de commerces & services équilibrés

CES THÉMATIQUES ET OBJECTIFS RÉPONDENT À 115 CRITÈRES PRÉCIS DE MESURE, DÉFINI PAR LE RÉFÉRENTIEL DU LABEL POUR FORMALISER CETTE TRANSFORMATION ET AUDITÉ PAR UN TIERS INDÉPENDANT.

UN LABEL POUR :



LES CENTRES COMMERCIAUX SITUÉS EN CENTRE-VILLE



SURFACE DE 5.000M² MINIMUM



SOUFFRANT D'UNE VACANCE SUPÉRIEURE À 20%



LOCALISÉS DANS DES VILLES DE MOINS DE 250K HABITANTS



REVITALISATION

SOCIALE

ECONOMIQUE

ENVIRONNEMENTALE

ENGAGÉ POUR LA REVITALISATION ÉCONOMIQUE



PROSPÉRITÉ ÉCONOMIQUE & CROISSANCE VERTE

CE LABEL VISE LES OPÉRATIONS DE REVITALISATION QUI OSENT LA PERFORMANCE CAR IL N'Y A PAS DE CROISSANCE VERTE SANS PROSPÉRITÉ ÉCONOMIQUE.

Application Centre commercial Espace Grand'Rue

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

MESURES POUR LE DÉVELOPPEMENT DU CENTRE COMMERCIAL

+153% chiffres d'affaires des commerçants
+57% flux client

+210 emplois directs ou indirects

SOUTIEN ÉCONOMIQUE

MESURE DU DEVELOPPEMENT DES EMPLOIS SOUTENUS
FAVORISER LES DISPOSITIFS EMPLOI

MAÎTRISE DU COÛT DES CHARGES

RÉDUCTION DES CHARGES LOCATIVE

-24% charges locatives

6% DE VACANCES VS 41% EN 2019

LUTTE CONTRE LA VACANCE
DÉVELOPPER LA SURFACE TOTALE LOUÉE

ENGAGÉ POUR LA REVITALISATION DU BATI



MODERNISER POUR OPTIMISER

REVITALISER EN CENTRE-VILLE, C'EST FAIRE LE CHOIX D'ÉCONOMISER LES RESSOURCES, EN MODERNISANT UN BÂTIMENT EXISTANT

Application Centre commercial Espace Grand'Rue

REVALORISER L'EXISTANT

S'IMPLIQUER ACTIVEMENT DANS L'OPERATION ET LA GESTION
INTENSIFIER ET RENDRE FLEXIBLE LES USAGES DU BATIMENT
RÉDUIRE LES POLLUTIONS ET NUISANCES
MODERNISER LE CENTRE ET VALORISER LES SERVICE DU BATIMENT

En investissant sur des actifs existants, la Société des Grands Magasins voit en ces derniers, une solution à la réduction de l'empreinte environnementale (déjà amortie) et déploie des politiques de mises aux normes de réduction et de valorisation des ressources du cycle de vie du bâti.

PROMOUVOIR LA MOBILITE ET LES TRANSPORTS DURABLES

PROMOUVOIR LES MODES D'ACCES DOUX, LES TRANSPORTS EN COMMUNS
OPTIMISER ET ADAPTER LE PARKING
OPTIMISER LA LOGIQUE DU DERNIER KM

- Création en cours d'un partenariat avec un apiculteur pour installer des ruches sur le toit du centre commercial.
- Soutien des actions de promotion des gestes éco-responsables.

- Mise en conformité des éléments de sécurité (SSI)
- Remplacement des rooftops et tours aéro réfrigérantes
- Amélioration de l'isolation
- Transition 100% LED
- Déploiement d'un plan pluriannuel de travaux sur 5 ans permettant la transformation complète de l'actif en lien avec les objectifs.

OPTIMISER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

EVALUER ET SUIVRE LES PERFORMANCES ENVIRONNEMENTALES
MAINTENIR LES CERTIFICATIONS EXISTANTES

Faisant le choix du commerce de centre-ville, les visiteurs du centre commercial sont principalement des habitants du quartier venant à pied ou en transports en commun.

- Projet de création de bornes de vélos,
- Installation de bornes de recharges véhicules électriques
- Projet de réhabilitation de zones non exploitées (parking, entrepot) en plateformes logistiques du dernier KM

AMENER LA NATURE EN VILLE

CONDUIRE DES ACTIONS EN FAVEUR DE LA NATURE, ADAPTÉES AU CENTRE COMMERCIAL

ENGAGÉ POUR UNE REVITALISATION ENVIRONNEMENTALE



GÉRER LE CENTRE COMMERCIAL DE MANIÈRE EFFICIENTE ET RESPONSABLE

AU-DELÀ DU GAIN ENVIRONNEMENTAL LIÉE À LA REVITALISATION D'UN ACTIF EXISTANT, LE LABEL PRÔNE UNE GESTION EFFICIENTE ET OPTIMISÉE PAR TOUS LES ACTEURS DU CENTRE COMMERCIAL

Application Centre commercial Espace Grand'Rue

BIEN GÉRER LES DÉCHETS

FAVORISER LA RÉDUCTION, LE RÉEMPLOI ET LE RECYCLAGE DES DÉCHETS

- Rénovation des sanitaires et gratuité assurée
- Protocole sécurité et sérénité dans la centre
- Mise en place de mobilier d'accueil et rafraîchissement du lieu
- Projet accès wifi en cours

OPTIMISER LES CONSOMMATIONS D'EAU ET D'ÉNERGIE

OPTIMISER LES CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUE ET D'EAU, RÉDUIRE LA POLLUTION DE L'EAU

- Création d'une charte environnementale et de gestion des déchets
- Engagements partenaires : dans le cadre de la gestion du centre, les prestataires sélectionnés doivent s'engager aux respects des normes environnementales et assurer une gestion optimale des déchets

-19% de déchets produits entre 2019 et 2021

+18% de recyclage réalisé entre 2019 et 2021

APPORTER CONFORT & BIEN-ÊTRE

RENDRE LES ESPACES CONVIVIAUX ET CONFORTABLES
ASSURER L'ACCESSIBILITÉ ET LA SÉCURITÉ ASSURER L'ACCES GRATUIT A L'EAU POTABLE ET AUX SANITAIRES

-19% d'eau économisée

-20% consommations énergétiques

ENGAGER LES PARTENAIRES DANS UN DÉMARCHÉ ÉCO-RESPONSABLE

CHARTRE DE BONNE PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES,
FAVORISER LES PARTENAIRES LOCAUX
FAVORISER LES PRESTATIONS ET ACHAT DURABLES

ENGAGÉ POUR UNE REVITALISATION SOCIÉTALE



S'INSÉRER ET ACCOMPAGNER L'ECOSYSTEME LOCAL

PROXIMITÉ, ANCRAGE DANS LA VILLE, LE CENTRE COMMERCIAL SE DOIT D'ÊTRE UN ACTEUR VOIRE UN ANIMATEUR DE LA VIE DE QUARTIER

Application Centre commercial Espace Grand'Rue

FAVORISER LA CONSUMMATION DURABLE ET LOCALE

INTÉGRER DES SOLUTIONS DURABLES ET
LOCALE DANS L'OFFRE COMMERÇANTES
VALORISER LA CONSOMMATION DURABLE

- Faire du centre commercial un lieu de culture et d'information.
- Valoriser les talents locaux via des expositions éphémères.
- Faciliter la promotion de la culture et l'engagement citoyen via des opérations de sensibilisation à des œuvres caritatives.

CRÉER UN LIEU D'ACCUEIL ET D'ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS LOCAUX

METTRE EN PLACE UN TIERS LIEU
ET/OU
ACCOMPAGNER L'ENTREPRENEURIAT

- Pharmacie
- DAB
- Amazon Locker
- Photomaton
- Zone de recyclage
- Leclerc SAV
- Leclerc Voyages

- Favoriser l'intégration d'offres locales portées par des entrepreneurs locaux.
- Favoriser et accompagner la création d'activités promouvant l'économie verte
- Engager les habitants locaux autour d'animation sur la seconde main (upcycling)
- Assurer des semaines de sensibilisation »Green Week «

PROMOUVOIR LA CULTURE ET L'ENGAGEMENT CITOYEN

S'INSCRIRE COMME UN RELAI CULTUREL ET
ARTISTIQUE
SOUTENIR L'ENGAGEMENT CITOYEN ET LA
SOLIDARITÉ

La Troisième Place

- Ouvert en 2020, le tiers lieu imaginé par la SGM, s'inscrit comme le lieu de vie, d'échange et d'accompagnement des populations locales au cœur du centre.
- La Troisième Place s'illustre comme le relai initiatives institutionnelles et accompagne les populations locales, tant par des actions citoyennes et d'insertion que par des actions de soutien aux entrepreneurs : co-working, espace événementiel, ateliers.

OFFRIR DES SERVICES ET COMMERCES ADAPTES AUX BESOINS DES HABITANTS

INTÉGRER DES SERVICES DE PROXIMITÉ
INSCRIRE LE CENTRE DANS LE
PARCOURS COMMERÇANTS DU COEUR

UN LABEL AMBITIEUX

Initié par la Société des Grands Magasins, en collaboration avec le cabinet (Re)Set, ce Label sera porté par une société indépendante et sera décerné par un organisme certificateur agréé.

Il a ainsi vocation à s'ouvrir à l'ensemble des acteurs du commerce désireux de s'impliquer dans des démarches de réhabilitation de centres-villes.

Il pourrait ainsi servir de référence et de critère de conditionnalité à l'obtention d'aides publiques, dans l'optique d'encourager la reprise d'une croissance vertueuse.

À quel type d'opération s'adresse-t-il ?

À toute opération visant la revitalisation économique, sociale et environnementale d'un centre commercial existant, implanté dans la ville et qui souffre d'une perte de vitesse, par obsolescence technique ou commerciale.

La singularité assumée de ce label :

Il lie la performance environnementale et commerciale pour guider de manière pragmatique, appuyer les projets de développement et oser la croissance verte. Pas de prospérité environnementale sans acteurs performants...

Qui peut prétendre à ce label ? Quels centres sont concernés ?

Le label s'applique à tout centre commercial de centre-ville existant, faisant l'objet d'une opération de revitalisation et situé dans une ville de 250 000 habitants maximum.

Selon le CNCC, « un centre commercial comprend au moins 20 magasins ou services pour une surface de vente d'au moins 5000 m² ». En revanche aucune taille maximum en termes de surface n'est fixée.

Lorsque le site ou le bâtiment d'implantation du centre commercial comprend différents bâtiments ou différentes parties de bâtiment avec d'autres fonctions que commerciales (ex : habitations, bureaux, etc.) seul le centre commercial est pris en compte dans la démarche de labellisation mais naturellement avec ses différents usages (ex : services, commerces, parties communes, bureaux des personnels, etc.).

L'avantage majeur du label : l'effet d'entraînement

L'approche globale du label RSEE, oblige à l'implication de tous les acteurs de la chaîne de valeur : bailleurs, commerçants, élus locaux, opérateurs de déchets, équipementiers, énergéticiens... Il entraîne, fait collaborer, valorise un effort nécessairement collectif. Il permet ainsi de transformer les acteurs d'une supply-chain qui s'ignore en un écosystème durable.

Les acteurs gravitant autour d'une opération de revitalisation qui s'inscrit dans cette démarche bénéficieront d'un **outil de progrès et d'animation** de leur démarche économique et environnementale.

Il fédère autour d'un cap collectif, de guidelines d'action et d'éléments de mesure de la revitalisation du centre commercial de centre-ville.

Il suscitera des partenariats et une nouvelle collaboration entre acteurs (bailleurs, gestionnaires, commerçants) **et pourra servir d'impulsion à d'autres initiatives citoyennes et sociétales par effet d'entraînement et de résonance.**

PROCESSUS DE LABELISATION



CANDIDATURE

1

2 ans maximum

2

1^{ÈRE} VÉRIFICATION

3 ans maximum

Point de **départ** du processus
Des **prérequis** à satisfaire
Un **statut de candidat** communicable

A la demande du candidat, **au plus tard 2 ans après la candidature**
Fourniture des éléments de preuves avec vérification externe
2 niveaux de labélisation possibles :
« **Performant** »
« **Exemplaire** »

3

2^{ÈME} VÉRIFICATION

Tous les 3 ans

MAINTIEN DU LABEL

4

3 ans après la première vérification

- Contrôle l'avancement/trajectoire d'amélioration
- Fourniture des éléments de preuves avec vérification externe

Selon performances constatées :

- Conserve son niveau,
- Passe au niveau supérieur
- Perd sa labélisation

Tous les 3 ans

- Vérifie le maintien des performances
- Fourniture des éléments de preuves sans vérification externe
- Aucune montée en niveau possible, seulement une dégradation de niveau ou le retrait du label

NOUS CONTACTER

Société des Grands Magasins
SGM GESTION

7 RUE DE BONNEL, 69003 LYON

17 RUE MARBEUF, 75008 PARIS

www.societedesgrandsmagasins.com

Tél. : + 33 (0) 478 930 781

Mail : contact@sgm-gestion.com

