



Sommaire

Edito

Être au plus près des besoins des enseignes..... 1

En ce moment

Lumière sur le Retail Park d'Auvergne..... 2

Zone commerciale le siala, tranche 1 2

Ils parlent de nous

Rencontre avec Michel ROUX, dirigeant de HMR..... 3

Le pas de côté

« Comme à la maison » : le nouveau cocon des obazyniens à Colomiers..... 4

Edito

Être au plus près des besoins des enseignes

Nous redoutions une année 2020 difficile du fait de la crise sanitaire mais nous avons rapidement pris la mesure de la volonté des enseignes de garder des perspectives de développement. Nos projets ont continué de prendre forme tandis que nous concrétisions de nouvelles opportunités. Au final, cette année 2020 a confirmé notre montée en puissance et la justesse de nos choix.

Quels choix ? Tout d'abord, celui de garder le commerce au cœur de notre démarche. Nous croyons à l'avenir du commerce pour peu que l'on réponde aux attentes des consommateurs, aux souhaits de développement des territoires et aux préoccupations d'exploitation des commerçants.

Ensuite, d'être au plus près des besoins exprimés par les enseignes en élaborant des propositions équilibrées, souples et innovantes. Obtenir la confiance des enseignes est au cœur de notre action.

Enfin, de maîtriser la commercialisation. Cela passe par un lien direct avec les enseignes structurantes et une collaboration étroite avec les commercialisateurs, sur le terrain, dans la clarté et le respect des engagements pris.

C'est fort de ce viatique qu'Obazyne a entamé l'année 2021 avec résolution, une équipe étoffée, un actionnariat très mobilisé et des moyens accrus.

Nous avons livré la première phase du retail park d'Auvergne. Nous livrerons bientôt au public le centre commercial de

La Sablière à Aurillac. Les chantiers d'Auvergne 2^{ème} phase et de Castres vont bon train. Ils seront suivis à l'automne par le chantier de Brest, et ceux d'Azay-le-Brûlé et Méru début 2022.



Nous sommes confiants.

Serge NEGRO
Consultant Obazyne
Développement & Commercialisation
France

Obtenir la confiance des enseignes est au cœur de notre action.

SIÈGE SOCIAL Bureau Sud
13 allée de Lasplanes
31770 Colomiers

Bureau Rhône-Alpes

Bureau Nord Ouest

contact@obazyne.com
www.obazyne.com



Lumière sur le Retail Park d'Auvergne

La lumière est un élément essentiel. Elle influe sur notre bien-être, notre sentiment de sécurité et modèle les espaces. Dans un centre commercial comme dans tout lieu de vie, elle est donc un facteur à prendre en compte pour la mise en valeur des lieux, afin que les clients s'y sentent bien.

C'est pour toutes ces raisons qu'Obazyme a souhaité apporter une attention particulière à l'éclairage des bâtiments de la Tranche 1 du Retail Park d'Auvergne.

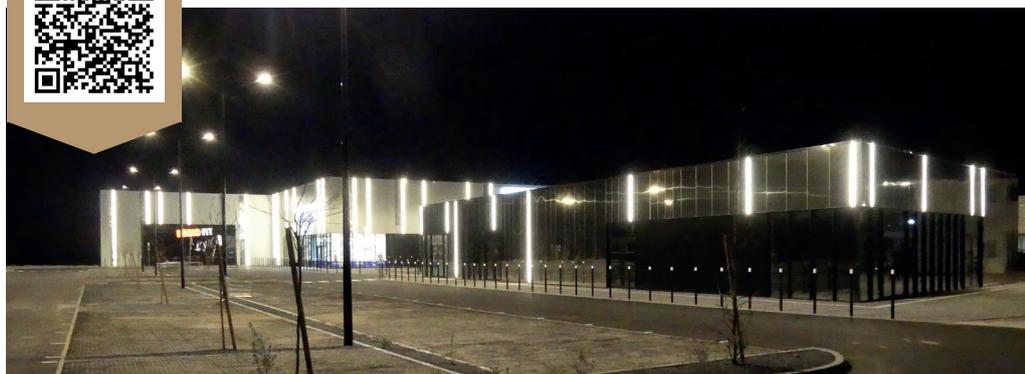
Accompagner les passants en douceur

En effet, sur ce type de bâtiments, l'éclairage extérieur est généralement composé de gros projecteurs, installés en hauteur sur la façade, ou au niveau du sol. Très puissants, ces projecteurs génèrent une lumière souvent trop forte et agressive pour les visiteurs.

À la demande d'Obazyme, le cabinet d'architecture (Agence Architecture et Technique) du Retail Park a donc travaillé sur un nouveau mode d'éclairage : des lignes de leds intégrées dans la façade du bâtiment, et qui accompagnent le cheminement des passants sans les aveugler. Plus doux, cet éclairage apporte

de surcroît une touche moderne et esthétique aux bâtiments. Cette "mise en lumière" valorise les façades en tant que "carte de visite" des commerces installés. Cerise sur le gâteau : elle se conjugue parfaitement avec les préoccupations environnementales d'Obazyme puisque l'utilisation de leds est beaucoup moins énergivore que celle des projecteurs habituels.

En résumé : un projet qui concilie bien-être, économie d'énergie et esthétique.



Les plus du projets

- › un rééquilibrage de l'offre commerciale de l'agglomération,
- › des opportunités d'implantation pour de nouvelles enseignes,
- › un pôle structuré, à taille humaine et favorisant la déambulation piétonne,
- › un accès facile depuis la rocade,
- › un parc de stationnement mutualisé,
- › des bâtiments peu énergivores, répondant aux nouvelles normes écologiques.

Surface de vente

- › environ 5 500 m2 de SDP

Parkings

- › environ 420 places

Enseignes présentes

- › Hyper Leclerc, Grand Frais, Biocoop, Mr Bricolage, Décathlon, Gifi, McDonald's, Marie Blachère, Village Auto (Peugeot, Opel...)

Zone commerciale le Ziala, Tranche 1

A Castres, ville d'art et de rugby, extension de la zone commerciale du Siala autour de l'hypermarché LECLERC. Cette zone deviendra ainsi une nouvelle destination commerciale au cœur de l'agglomération

Rencontre avec Michel ROUX, dirigeant de HMR

Pouvez-vous vous présenter et décrire en quelques mots votre parcours ?

Il se trouve que j'avais prévu de poursuivre des études pour devenir professeur d'éducation physique. Oui, j'aurai dû passer ma vie professionnelle à l'école à entraîner des enfants. Je ne crois pas avoir jamais bénéficié d'une quelconque orientation scolaire pourtant, le jour des inscriptions, je me suis retrouvé en CAP charcutier traiteur.

Plus tard, mes parents avaient racheté une boutique de 500 m² à l'enseigne les Marchés d'Oc de Monsieur ESCOULAND à Cazères. Vous savez, c'est un marché historique dans des halles, où plusieurs commerçants intervenaient dans le même local. A l'âge de 18 ans, mon CAP en poche, j'ai repris cette boutique.

En 1990, j'ai créé un magasin Champion de 1200 m² avec une galerie de 8 boutiques. Aujourd'hui, c'est un Carrefour Market de 3400 m². Depuis ce temps, tous les 2 ans, soit j'ai créé un magasin, soit j'ai racheté un point de vente ou un magasin. Je n'ai cessé de développer mes activités. J'interviens essentiellement dans des zones semi-rurales de la grande région toulousaine.

Vous gérez aujourd'hui une douzaine d'entreprises de différentes enseignes. Comment devient-on dirigeant d'une Holding du sud-ouest de la France ? Quels sont vos moteurs ?

En effet, j'ai aujourd'hui une douzaine d'entreprises (des enseignes de commerces, des Carrefour Market, des magasins Sport 2000) regroupées au sein d'une Holding. Cette forme juridique permet d'accélérer le développement.

S'agissant du sud-ouest, j'y suis né ; c'est ma région et j'y suis très attaché. Vous connaissez sans doute les poncifs qui courent à ce sujet, pourtant certains sont vrais : la chaleur, les liens humains, la douceur de vivre, la parole, même fleurie, est respectée. Ce sont des principes primordiaux dans ce métier. Et ils font partie de mes moteurs. Mais mon moteur essentiel, le plus important je crois, c'est le commerce. Un dicton nous enseigne que « qui n'avance pas, recule ». Quand on crée un magasin, il faut comprendre l'offre commerciale et la compléter.

A une époque, 3 boutiques représentaient un centre commercial. Ensuite, 10 boutiques représentaient un centre commercial. Aujourd'hui, il faut des moyennes surfaces pour compléter l'offre autour d'un Carrefour Market par exemple, avec un Centrakor et un

Sport 2000. Bien comprendre l'offre commerciale, la compléter, bien répondre à la zone de chalandise, être toujours en mouvement.

Je n'avais bien entendu jamais envisagé de développer mon activité dans ces proportions ; les choses se sont faites au fur et à mesure, presque naturellement, au gré des rencontres. Et on en revient aux liens humains, les rencontres que l'on fait dans ce métier sont nombreuses. Et puis, il y a les équipes sur lesquelles on s'adosse. Si on peut se développer, quel que soit le métier ou l'activité, c'est aussi grâce aux équipes, aux collaborateurs qui s'investissent, et toute ma démarche RH est de faire grandir, de faire avancer mes collaborateurs. C'est aussi ça qui fait la différence.

Vous avez monté de nombreuses opérations commerciales, dans différents domaines. Quels sont, selon vous, les critères qui font la réussite d'un projet ? Qu'est ce qui peut faire la « différence » ?

Ce qui fait la réussite d'un projet commercial, c'est son lieu d'implantation. Il faut bien connaître les zones de chalandise, le flux des consommateurs. Comme je vous le disais, connaître, comprendre et répondre à la demande de la zone et de ses chalands. Ce qui fait la différence, c'est le travail : bien étudier, bien implanter et s'entourer de femmes et d'hommes de talent.

Le commerce est aujourd'hui mis à mal du fait de la crise sanitaire que nous traversons. Pensez-vous que cette situation particulière aura des conséquences durables sur notre façon de faire du commerce à l'avenir ?

Vous savez dans toute crise, dans toute situation même en dehors d'une crise, il y a des opportunités et il faut être assez attentif, assez agile, assez disponible pour pouvoir les saisir.

Je pense que la crise, et celle-ci en particulier, influencera sans doute la manière dont on fait du commerce. Mais la crise, à mon sens, ne modifie que momentanément la manière de consommer des personnes, ou plutôt elle amplifie cette manière de consommer et les tendances de consommation ; elle fait apparaître des dualités dans ce que souhaite, ce qu'attend le consommateur. Par exemple, le consommateur souhaite consommer local et il commande aussi des produits sur les plateformes internet. C'est difficile aujourd'hui pour les



Michel ROUX

enseignes de centre-ville : les loyers sont chers et les centres-villes se vident même de leurs habitants, il y a moins de logements et plus d'institutions. Beaucoup d'enseignes de centre-ville développent une stratégie multi-formats avec une présence en centre-ville et une présence en périphérie. Même Amazon ouvre des commerces physiques !

Dans des moments comme celui que nous vivons depuis un an, il faut donc être souple, agile. Pour cette raison, la crise avantage en réalité les plus petits au détriment des gros, à court terme. C'est pendant ce terme qu'il faut savoir saisir les opportunités : être plus agile donc, une unité de temps de décision plus courte, être plus proche de la réalité.

Quels conseils prodiguer à une jeune société de promotion comme Obazyne dans ce nouveau contexte ? Qu'appréciez-vous particulièrement dans cette collaboration ?

Je ne me permets pas de donner de conseils à quiconque en général, et encore moins dans le cas particulier d'Obazyne : avez-vous vu la progression qui a été la sienne en un peu plus de 2 ans seulement ? Je vous ai dit ce qui faisait pour moi la différence : souplesse, agilité, travail et compétences. Ce sont les mêmes principes que je retrouve chez Obazyne et dans les quelques projets pour lesquels j'ai collaboré avec eux, j'ai eu affaire à des femmes et des hommes d'expérience et de compétences. Les jeunes ne sont pas non plus dénués de talent et ils sont à bonne école pour progresser et grandir.

Je connais Vincent BLACHOT et quand je côtoie ses collaborateurs, je retrouve en eux les mêmes fibres qui le composent : le client est au centre des préoccupations, les prises de décisions sont rapides (c'est primordial dans notre métier), la convivialité au travail, la confiance et un engagement total des équipes.

J'en déduis que c'est Vincent qui se charge du recrutement ? Il faudra peut-être l'interviewer...

Le pas de côté

« Comme à la maison » : le nouveau cocon des obazyniens à Colomiers

Une autre façon de travailler

Voici 2 ans et demi que l'aventure Obazyne a débuté. Dès le départ, l'ambition a été d'entreprendre différemment sur le marché de la promotion immobilière commerciale. Cette différence affichée impliquait nécessairement une autre façon de travailler, plaçant l'humain au centre, que ce soit dans les relations avec les commerçants, les partenaires... et bien évidemment les collaborateurs.

Les projets se multiplient. Composé de 4 personnes au départ, l'écosystème Obazyne s'est étoffé de salariés, consultants et prestataires qui rassemblent aujourd'hui une douzaine de compétences. Les femmes et les hommes qui ont rejoint l'équipage pour mettre en commun leur expérience sont basés dans toute la France pour être au plus proche des territoires. Ils se retrouvent tous les mois pour 2 jours de réunion et d'échanges autour des projets d'Obazyne.

2 journées où on travaille, on discute, on réfléchit ; où on se détend aussi, on s'amuse, on mange et on boit... bref, on vit ! C'est pourquoi, plutôt que de s'installer dans des bureaux modernes et froids, Obazyne s'est choisi un cadre de travail chaleureux, pratique et convivial en aménageant une maison d'habitation en bureaux. Tout y est : salles de réunion, grands bureaux, salon, chambres, cuisine, jardin et même piscine !

Un environnement de travail convivial, pratique et confortable qui place le bien-être de l'équipe et l'accueil des clients au centre des préoccupations, à l'image des valeurs d'Obazyne !

