

ObaNews

SEPTEMBRE 2022

Obazyne
PROMOTEUR DE VALEURS



Sommaire

Edito

Objectif n°1
attractivité et pérennité..... 1

En ce moment

L'aménagement de
friches, un enjeu de
développement pour
les territoires 2

La zone du Siala
prend son envol..... 2

Ils parlent de nous

Regards croisés :
Paul Cassagnol
et Pierre-Adrien TOLLET ... 3

Le pas de côté

Un territoire,
des racines et l'amitié..... 4

Edito

Objectif n°1 attractivité et pérennité

Penser autrement la promotion commerciale et d'entreprise en mettant les besoins de nos clients partenaires au centre, c'est ce qui nous anime depuis la création d'Obazyne.



Dans le contexte économique, écologique et géopolitique actuel, nous sommes convaincus que penser autrement notre métier et la manière de le faire est une nécessité. Cet état d'esprit nous porte à viser des ambitions de développement pérennes et évolutives.

La méthode Obazyne, nous l'avons voulu basée sur l'écoute permanente, la réflexion commune, le respect de nos engagements et l'agilité intellectuelle et technique. Nous l'avons ancrée dans une stratégie RH et RSE qui s'appuie sur des profils experts, des expériences diverses et qui vise à créer une alchimie à la fois délicate et stimulante entre nos collaborateurs.

Fort de cet état d'esprit et conscients de nos forces et des enjeux futurs, nous amplifions notre développement cette année en ouvrant un nouveau bureau en région Rhône-Alpes Bourgogne. Une dynamique

relayée par une nouvelle augmentation de capital qui s'élèvera ainsi à 1M€.

Vincent BLACHOT et Johann MERCIER restent plus que jamais aux commandes en tant que Président et Directeur Général, Gilbert RIGOT devenant Président d'honneur. Nous le remercions ici chaleureusement pour son implication déterminante.

Cette volonté de penser le métier autrement, vous en trouverez la traduction concrète au fil des sujets abordés dans cette nouvelle édition d'Obanews, et notamment dans l'interview que nous ont accordée 2 patrons d'enseignes en fort développement.

Bonne lecture

Les associés d'Obazyne

SIÈGE SOCIAL Bureau Sud
13 allée de LASPLANES
31770 Colomiers

Bureau Rhône-Alpes
50 bd Général DE GAULLE
71000 Sance

Bureau Nord Ouest
74B rue de Paris
35069 Rennes

contact@obazyne.com
www.obazyne.com

L'aménagement de friches, un enjeu de développement pour les territoires

L'aménagement de friche, une opportunité pour les promoteurs ?

L'aménagement de friches n'est pas un axe de développement majeur des promoteurs car les projets sont souvent longs et donc coûteux.

Chez Obazyne, c'est une question de posture. Le lien de proximité, l'excellente connaissance que nous avons des besoins des enseignes avec lesquelles nous travaillons nous mettent dans une posture de "veille" et de recherche permanente. Nous connaissons leurs stratégies de développement et lorsque nous repérons un lieu possible, notre réflexe est de nous dire "Si j'étais telle enseigne, est ce que je serais bien ici ?". En résumé, nous nous mettons systématiquement d'abord du côté des enseignes.

Aujourd'hui, les enseignes ont abandonné les grands centres commerciaux, les galeries marchandes, elles se sont libérées des "géants" du commerce et ont acquis leur indépendance. Certaines enseignes peuvent s'implanter seules ou avec quelques autres sur des zones plus petites ou des Retail Park.

Les coûts fonciers et la future loi climat tendent à freiner l'artificialisation. Les terrains plus petits, qui ont déjà été occupés et sont en friche, sont donc autant d'opportunités d'aménagement.

Une nécessaire agilité

Ces aménagements ne sont pas toujours simples et cela requiert une certaine agilité.

A Brest par exemple, où nous sommes en train de réaliser la restructuration d'un bâtiment qui était une concession automobile en un pôle de restauration, nous avons choisi de conserver le bâti puisque cela était techniquement possible. Mais faire avec l'existant est plus complexe que partir d'une feuille blanche. On ne dispose pas toujours des documents techniques liés aux bâtiments qui ont disparus où n'ont jamais existés. On peut donc avoir des surprises au cours des travaux. Les enseignes peuvent aussi avoir des exigences, en termes de surface et d'aménagement, difficilement compatibles avec l'existant... il faut jongler en permanence. Sans compter les réglementations qui ont évolué et peuvent nécessiter des aménagements non prévus sur le bâtiment initial.

Un enjeu des années à venir pour les collectivités

La revalorisation de friches reste donc une action complexe et coûteuse. Cela suppose de faire des diagnostics, de déconstruire, de dépolluer, de désimper-méabiliser puis de reconstruire.

Cependant, c'est aujourd'hui, avec l'objectif « zéro artificialisation nette » imposé par la future loi climat et la limitation de l'étalement urbain qui supposent de revoir à minima nos règles d'urbanisme, un enjeu des années à venir pour les collectivités. La réhabilitation des friches est un levier dont elles doivent se saisir.

Sans compter qu'un terrain ou un bâtiment à l'abandon n'est jamais positif en termes d'image pour une commune !



Projet de réhabilitation de la concession automobile de Brest

Notre démarche : valoriser l'histoire d'un site

A chaque fois que c'est possible, au-delà de l'aspect purement commercial, la démarche d'Obazyne sur ce type de projet, est de conserver l'histoire du site, du territoire; de tenter de « recycler » l'existant, de l'intégrer esthétiquement dans notre projet de promotion. C'est ce que nous avons fait à Auterive en transformant une cuve de béton abandonnée, trace du passé industriel du site, en œuvre d'art grâce à un artiste plasticien local.

C'est aussi ça être proche des territoires et faire de la promotion immobilière autrement !

La zone du Siala prend son envol

Un rééquilibrage commercial à Castres

Au sud de Castres, l'extension de la zone commerciale du Siala, autour de l'hypermarché LECLERC, est en cours de finition avec l'aménagement des espaces verts. Cette zone, qui stagnait depuis une dizaine d'années, prend aujourd'hui son envol. Elle vient enrichir l'offre commerciale de l'agglomération et rétablit ainsi l'équilibre avec la zone de Mélou-Chartreuse, au nord de la ville.

Découpé en deux tranches, le projet tient les délais malgré les difficultés d'approvisionnement conjoncturels qui pénalisent tous les chantiers actuellement.

La tranche 1, qui comprenait deux bâtiments commerciaux pour 3 enseignes, est terminée depuis juillet 2021. L'enseigne Action, également présente sur la zone Mélou-Chartreuse, y a ouvert dès juin 2021 son 2ème magasin à Castres. Kasprix et Centrakor lui ont emboîté le pas à l'automne.

Les travaux de la tranche 2 ont débuté durant l'été 2021, comme prévu, et les premières installations se sont faites début 2022.

► mars : ouverture du 53^{ème} magasin de l'enseigne danoise JYSK, spécialiste de la maison, avec plus de 700 clients lors de la première journée

► mai : «notre meilleure ouverture sur les 2 premiers jours» selon l'enseigne Quartier des Tissus qui a installé au Siala son 23^{ème} magasin

D'autres ouvertures devraient suivre prochainement pour compléter cette offre mais l'arrivée de nouvelles enseignes booste d'ores et déjà la zone du Siala, à la grande satisfaction des commerces déjà présents dont l'hypermarché LECLERC.

Le sud de l'agglomération dispose enfin, à son tour, d'un pôle structuré, à taille humaine et qui répond aux besoins actuels du public.

Regards croisés : Paul Cassagnol et Pierre-Adrien TOLLET

Rencontre avec les présidents de Mr Bricolage et Zoomalia, deux générations d'entrepreneurs, deux expériences du commerce...

Extrait

Comment la présence de certaines enseignes sur un site peut guider votre choix l'un et l'autre ?

Paul CASSIGNOL : Je pense qu'il faut raisonner de manière à mettre en avant le besoin client. Pouvoir retrouver dans un même lieu l'ensemble des offres qui correspondent aux besoins des clients, c'est plus légitime, ça permet d'éviter des trajets trop importants. Donc, bien entendu, l'idéal est d'être dans un centre commercial qui offre les grands axes dont a besoin le consommateur : l'alimentation, l'entretien de la maison, l'habillement et tout ce qui concerne l'accessoirisation de la maison.

Avec Obazyne la collaboration est simple et efficace : je n'ai pas 200 interlocuteurs et c'est important

Pierre-Adrien TOLLET : Je suis d'accord : plus les zones commerciales sont denses et efficaces, avec une pluralité de types de commerce, plus vous drainez du flux et vous apportez de la facilité au client qui se déplace à un unique endroit et n'a pas à rouler des kilomètres pour acheter un produit. Aujourd'hui les gens n'ont plus le temps de parcourir des kilomètres pour faire leurs courses, c'est la raison pour laquelle nous avons un retour à la proximité. Dans le cas des enseignes idéales proches d'un Zoomalia, il y a évidemment la présence d'une locomotive alimentaire, que ce soit un supermarché ou un hyper-

marché. Idéalement on aime bien avoir de petits magasins alimentaires qui sont complémentaires à notre offre : des magasins bio, des supérettes. Ensuite, on est assez complémentaire des enseignes de bazar et équipement de la maison et de tout ce qui est bricolage.

Vos deux enseignes travaillent avec Obazyne pour leurs nouvelles implantations. Qu'appréciez vous particulièrement dans cette collaboration ?

Pierre-Adrien TOLLET : Je dirais qu'avec Obazyne la collaboration est simple et efficace : je n'ai pas 200 interlocuteurs et c'est important. Les personnes que j'ai rencontrées m'ont donné l'impression d'être des gens de parole, qui ont des valeurs fortes, qui me ressemblent et qui ressemblent à l'entreprise que j'ai créé. Avec des valeurs de confiance notamment, d'intérêt partagé, qui font qu'on va dans le même sens. Et maintenant qu'ils ont identifié Zoomalia comme un partenaire avec qui travailler, les choses se font de façon assez naturelle : ils nous mettent dans la boucle, il n'y a pas 40 allers-retours, on bosse un petit peu le projet, l'implantation, les surfaces... et finalement c'est, encore une fois, simple efficace. Ce qui n'est pas du tout le cas avec beaucoup d'autres foncières avec lesquelles je travaille !

Ce que j'ai aimé, c'est qu'on se rejoint dans le discours : je dis souvent que le fait d'entreprendre n'est pas toujours en phase avec les idées actuelles des jeunes sur le capitalisme, l'écologie... il faut parfois composer avec soi-même. Moi, les choses que je m'autorise et qui me font du bien, c'est de faire travailler les gens que je trouve "bien", c'est-à-dire travailleurs, sympas avec de bonnes valeurs. C'est mon petit pouvoir de décideur : pouvoir dire non à des gens qui ne correspondent pas aux valeurs que j'ai envie de voir sur terre; c'est ma manière de faire tourner la roue dans le bon sens.

Paul CASSIGNOL : Ce que j'apprécie dans cette entreprise, c'est qu'ils ont une vision de la promotion immobilière avant tout "tournée client". Cela se traduit par leur capacité à créer les unités commerciales qui regroupent, bien entendu, plusieurs



Paul CASSIGNOL, Président du groupe Mr Bricolage



Pierre-Adrien TOLLET, Président de Zoomalia



enseignes, mais dans un souci de complémentarité. De telle manière qu'en fin de parcours, l'objectif numéro un c'est l'attractivité du site pour le client et donc sa pérennité sur le long terme. C'est une approche qui change un peu. Alors bien entendu, tous les promoteurs immobiliers tiennent ce discours, mais Obazyne l'applique : c'est ce qui fait la différence !

Découvrez le regard de 2 générations d'entrepreneurs sur le commerce et ses perspectives en lisant l'intégralité de cette interview sur notre site obazyne.com



Un territoire, des racines et l'amitié



Abbaye d'Aubazine

Photo Lucas Destrem

Pour ce chantier, l'Association pour la sauvegarde de l'abbaye d'Aubazine a le soutien de la Fondation du Patrimoine qui a lancé le 20 septembre dernier une campagne de mécénat.

Vous est-il arrivé de vous interroger sur le nom de notre société : Obazyne ?

Les racines de notre identité plongent dans la terre corrézienne, et plus exactement dans le village d'Aubazine. Au-delà de ses trésors d'architecture cistercienne, ce village s'est fait connaître grâce au séjour qu'y aurait effectué Coco CHANEL dans sa jeunesse. C'est en effet dans cette commune, réputée pour son abbaye, qu'arrive en 1895 un homme accompagné d'une petite fille. Albert CHANEL, venant de perdre son épouse, déposait ici sa fille aux bons soins des religieuses de la Congrégation du Saint-Cœur de Marie. Celle qui deviendra Coco CHANEL sera marquée à tout jamais par ces lieux, et le



logo de la maison CHANEL s'inspire de l'un des vitraux de l'Abbaye.

Ce village, riche d'histoires, est aussi la commune où est né et a grandi notre président d'honneur, Gilbert RIGOT. C'est donc en référence à un territoire riche d'histoires, et par amitié pour lui, que les associés ont choisi de nommer notre société Obazyne.

Un ouvrage fragilisé par l'usure du temps

Classé monument historique depuis 1988, le vivier de l'abbaye d'Aubazine a subi les affres du temps et nécessite aujourd'hui d'être restauré. Cet ouvrage hydraulique du XII^{ème} siècle est alimenté par le canal des Moines. Il menace de s'écrouler et d'entraîner dans sa chute une partie du domaine de l'abbaye. Sa restauration lui permettra de recouvrer sa fonction originelle, à savoir accueillir l'eau du canal des Moines pour permettre l'irrigation des pâturages en contrebas et abreuver le bétail.

Pour ce chantier, l'Association pour la sauvegarde de l'abbaye d'Aubazine a le soutien de la Fondation du Patrimoine qui a lancé le 20 septembre dernier une campagne de mécénat.

La Fondation du Patrimoine accompagne les projets de restauration, de rénovation de notre patrimoine culturel. Elle s'emploie à trouver des financements publics et privés afin que ces projets deviennent des opportunités d'emploi, de découverte, d'éducation et de lien.

Les mécènes et partenaires sont une ressource importante : leur participation démontre leur engagement et leur conviction dans l'importance de la préservation de notre patrimoine.

Conformément à nos valeurs de proximité et d'ancrage dans les territoires, nous avons participé à la levée de fonds pour la remise en fonctionnement du Vivier de l'Abbaye d'Aubazine.

Obazyne, à l'instar de la Fondation du Patrimoine, entend œuvrer pour la préservation de la beauté de notre pays. Société en pleine expansion, elle accompagne le développement du commerce et des services de demain dans les territoires.

Obazyne n'oublie pas d'où elle vient.