

BUSINESS IMMO

So Pop, ce grand parisien



© LBB-Architecture

L'ex-QG de la marque aux deux chevrons – Citroën – à cheval sur deux territoires, Saint-Ouen et Paris, méritait bien une régénération en bonne et due forme. Embarqué par Covivio, ce projet semble avoir toutes les cartes en main pour séduire un ou plusieurs utilisateurs. Et ce en dépit de la crise sanitaire... D'abord, So Pop jouit d'une localisation de plus en plus plébiscitée dans un quartier en plein essor. « En complément de la proximité du périphérique et du RER C, l'arrivée récente de la ligne 14 permettra de rejoindre la gare Saint-Lazare en seulement 11 minutes », glisse Olivier Estève, directeur général délégué de Covivio. Ensuite, l'argument du loyer devrait faire mouche auprès des futurs preneurs. Face à des actifs « prime » dans la forteresse Paris QCA affichant un prix au mètre carré supérieur à 900 €, So Pop chasse des entreprises contre 430 €/m2/an.

Cerise sur le gâteau selon Olivier Estève, on trouve très peu de défauts au territoire audonien. « Quand nous avons acquis l'immeuble auprès de Peugeot en 2012, le quartier était loin d'offrir l'agrément qu'il propose aujourd'hui. » Le nez fin, la foncière croit dur comme fer au potentiel de cette ville du Grand Paris. Et elle ne se trompe pas. Côté tertiaire, la commune de Seine-Saint-Denis héberge Samsung, la Manufacture du design, la Région Île-de-France... et bientôt le prochain QG de Nexity. Côté résidentiel, le secteur a fortement muté, avec des prix qui ne cessent de grimper. « Saint-Ouen recense un potentiel de mutation urbaine incroyable tout en préservant son image populaire parisienne, au sens noble du terme. »



Lumière naturelle

Pour convaincre les entreprises de poser leurs bagages dans So Pop, Covivio concocte une programmation tertiaire aux petits oignons. Épaulée de l'agence LBB Architecture, la foncière a conservé l'enveloppe historique du bâtiment tout en allant chercher de nouveaux mètres carrés en superstructure. De 20 000 m² à l'acquisition en 2012, l'ensemble gagnera 12 500 m² sur sept étages en 2022. Le tout dans un seul et unique édifice doté de deux halls distincts. Flexible à l'horizontale comme à la verticale, l'actif décline de vastes plateaux de bureaux de... 4 600 m². « Un élément très recherché » selon Pierre-Adrien Guignetrand, responsable projets chez Covivio. « So Pop bénéficie de nombreux espaces extérieurs via des terrasses qui prolongent ses plateaux de bureaux. Plus on monte dans l'immeuble, plus les plateaux reculent par rapport à l'alignement de la rue, là encore pour proposer des lieux de vie végétalisés », poursuit-il. Des plateaux qui disposent tous de 18 m de profondeur et d'une haute hauteur sous plafond de 2,80 m. « Ce choix permet de disposer d'un important angle d'ouverture vers l'extérieur et donc de faire entrer plus de lumière naturelle. » Enfin – et c'est un petit luxe en période de crise sanitaire –, l'immeuble comporte des fenêtres ouvrantes sur toute sa façade vitrée.



Click & collect

Tournée vers l'extérieur, cette nouvelle boîte tertiaire audonienne n'oublie pas d'abriter quelque 4 000 m² de terrasses, patios, jardins et rooftops. Sans oublier de mêler les codes de l'hôtellerie à ceux du bureau. En rez-de-chaussée, les utilisateurs retrouvent un bar, des espaces de fitness et de click & collect, une conciergerie et un lieu dédié à la restauration qui deviendra, en journée, un espace de travail. Pour séduire ses futurs locataires et démontrer qu'elle s'adapte aux nouvelles consommations de bureaux, la foncière tricolore se dit d'ailleurs prête à implémenter Wellio (ndlr : son offre de proworking) dans So Pop. Là encore, la proposition est maligne : depuis le premier confinement, la massification du télétravail invite, de fait, les entreprises à consommer moins de mètres carrés. Dans un marché locatif des bureaux franciliens plongé dans le brouillard, So Pop a toutes les cordes à son arc pour s'imposer comme un opus tertiaire de référence dans le Grand Paris.