

PHILIPPE JOURNO : « OFFRIR DES LIEUX

Le promoteur Immobilier parisien Philippe Journo, président fondateur de la Compagnie de Phalsbourg est le concepteur et le propriétaire du village de marques « The Village » à Villefontaine. Ouvert en mai 2018, cet outlet haut de gamme est plébiscité par une clientèle régionale.

Comment se porte la Compagnie de Phalsbourg en cette période de crise ?

Plutôt bien. Nous construisons des immeubles mixtes mais également des centres commerciaux : 85 à travers la France. La majorité sont à ciel ouvert à l'image du Village, de Ma Petite Madelaine à Tour ou encore de l'Atoll à Anger. Si la fermeture administrative s'est appliquée à nos 80 restaurants, à nos centres de loisirs, salles de spectacles et de sports ainsi qu'à deux centres à ciel fermé, le reste à continué de fonctionner. C'est évidemment un peu compliqué car nous sommes dépendants de la santé financière de nos clients c'est pourquoi nous avons été les premiers à offrir la gratuité des loyers à nos enseignes clientes durant la période de confinement. Notre situation financière est bonne dans les circonstances actuelles, et comme disait Talleyrand « Quand je me regarde, je me désole. Quand je me compare, je me console. »

The Village de Villefontaine semble également afficher un bilan positif

C'est le seul centre en France qui, entre le 1^{er} janvier et le 15 mars 2021 affiche un chiffre d'affaires total en hausse de 18,34 %, et de + 31,8 % pour l'année 2020. Certaines enseignes ont réalisé un CA de + 55 %, c'est assez remarquable. Cela prouve que nous avons créé un lieu qui plaît aux consommateurs, mais nous dépendons également de l'économie française, de la gestion de la crise sanitaire etc.

Comment expliquez-vous ces résultats alors que la tendance de consommation semble se diriger vers l'achat réfléchi, et de seconde main ?

On l'explique par notre vision selon laquelle pour nos clients, rien n'est trop beau. Nous avons bâti ce projet autour de quatre principes intangibles : une architecture, une écologie, un bien-être des consommateurs et un digital exceptionnels. The Village est le seul et unique centre au monde qui soit physique et digital. Les achats sont possibles à partir du stock du magasin choisi, et ce même si la boutique est fermée.

Le virus nous a donné raison de concevoir des centres à ciel ouvert, très sécurisés sur le plan sanitaire mais également de la vidéoprotection avec le déploiement de plus de 140 caméras. Notre site a également bénéficié du report de la clientèle des grands centres commerciaux lyonnais fermés. Résultat : 25 boutiques du Village ont réalisé un CA 2020 supérieur à celui de 2019, même avec trois mois de fermeture administrative.

Par ailleurs, nous avons une hospitalité très développée avec un lounge VIP, des lieux d'accueil, des espaces de jeux pour enfants, des spectacles, des décorations festives, etc.

Votre crédo est le « Class for all ». Que signifie-t-il ?

Le bien-être des consommateurs. On continue d'investir dans The Village qui est un véritable village où les clients peuvent croiser le directeur du site, ce qui n'est pas commun. Si notre pays est aimé c'est parce que durant des siècles, des gens qui ont



Philippe Journo était en visite au Village de marques le 18 mars dernier

fait mon métier, l'on bien fait avec des immeubles très esthétiques. Et ces immeubles ne sont pas réservés à une certaine classe sociale, car comme le disait Oscar Niemeyer* " l'immeuble appartient à celui qui le regarde ". On essaie de faire des choses accessibles à tous, aussi bien pour des clients qui achètent un sac de luxe qu'un paquet de bonbons.

Lors de ma dernière visite sur site, j'ai appris par le staff qu'un client venait chaque matin au Village pour profiter de la vue du lac, et le bien-être qu'il ressent à ce moment, définit précisément notre concept.

« LA SEMAINE PROCHAINE, LA PHASE 1 SERA ACHEVÉE AVEC UN REMPLISSAGE À 100 % »

A quel stade de développement se trouve le Village ?

La semaine prochaine, la phase 1 sera achevée avec un remplissage à 100 % [110 enseignes, ndlr]. Pour la phase

« C'est une vraie galère »

Le 18 mars à 19 h 30, au moment où nous réalisons l'interview, le Premier ministre annonçait le re-confinement de 16 départements. Réaction de Philippe Journo : « On va être fermés, c'est un enfer, une vraie galère ! On continue à rembourser nos banquiers et à un moment cela coûte. Malheureusement, ce n'est pas qu'une parenthèse... ».

EXCEPTIONNELS GÉNÉRATEURS DE BIEN-ÊTRE »



sagesse est donc de reporter certains projets qui semblaient supers en 2018 qui ne sont plus d'actualité en 2021. Nous n'avons rien changé à notre vision de l'hôtellerie mais nous focalisons actuellement sur le retail. Pour nos centres, nous menons des programmes d'amélioration et pour The Village nous prévoyons de créer des terrasses en bois pour la zone de restauration afin de la rendre plus accueillante.

« REPORTER CERTAINS PROJETS QUI SEMBLAIENT SUPERS EN 2018 QUI NE SONT PLUS D'ACTUALITÉ EN 2021 »

En tant que promoteur de programme tertiaire, quelle est votre vision des bureaux de demain ?

L'obsolescence est de plus en plus rapide et la crise a rabattu les cartes, et changé les règles de jeu. Dans le cadre de nos grands projets, nous créons des Flagship [vaisseau amiral, ndr] pour nos clients : l'immeuble doit ressembler à l'entreprise qui l'occupe. Nous construisons des immeubles de demain où les personnes se sentent bien avec des espaces modulables et dont certains ressemblent plus à un lounge d'hôtel qu'à des bureaux. Le message que je porte depuis plus de 20 ans c'est que plus l'endroit créé est qualitatif, plus les gens viennent. Par ailleurs, le télétravail a fait bouger les lignes, l'heure est au flex office.

La Compagnie de Phalsbourg a mis à l'honneur la génération des trentenaires avec une dizaine de nominations. Pourquoi miser sur elle ?

Aujourd'hui on parle de jeunesse désabusée. Mais nous, nous répondons que nous avons recruté des jeunes, les avons fait grandir au sein

de la Compagnie, et ils sont tellement exceptionnels que nous avons nommé deux associés trentenaires. Et c'est un geste très fort puisque depuis neuf ans nous n'avons pas nommé d'associés. Il y a également eu un train d'autres nominations. La Compagnie n'aime pas les quotas, on ne parle pas de parité, de diversité, ni d'inclusion. La promotion se mérite, c'est une question de compétences, de résultats, d'état d'esprit et de fidélité.

Vous avez créé fin 2020, le Philanthro-Lab, à la fois espace d'exposition, de coworking et incubateur. Situé au sein de l'Hôtel particulier de « La Bûcherie », à Paris, il est dédié à l'essor de la philanthropie. Pourquoi ?

Je suis convaincu que donner rend meilleur, et à l'échelle macro c'est la société qui devient meilleure. Donner, c'est apprécier et respecter les autres. Ce lieu encourage et aide ceux qui font du bien à la société française. Les entreprises font beaucoup de choses, mais lorsque qu'on aide, on nous reproche de vouloir nous acheter une conscience, d'éta-ler notre réussite ou de défiscaliser. Tout le contraire de la société américaine qui veut que lorsque vous réussissez, vous avez le devoir moral de rendre à la communauté. En France, c'est l'Etat qui doit redistribuer. Il faut donc changer ce schéma

et dire que l'Etat ne peut pas tout faire et que des micro-dons ciblés sont souvent plus efficaces que des grandes actions gouvernementales. Depuis des années, je dis qu'il faut défiscaliser les 100 premiers euros pour encourager les gens à donner. Jusqu'à présent je n'ai pas été entendu mais je ne vais pas lâcher. Au Philanthro-lab, nous accompagnons les associations à but non lucratif à réaliser leur projet et sensibilisons les entreprises au mécénat.»

■ **Propos recueillis par Sévim Sonmez**

* **Architecte brésilien 1907-2012 qui a conçu entre autres, le siège du parti communiste, la bourse du travail de Bobigny et la maison de la culture du Havre.**

2, il reste deux cellules à louer, et la commercialisation de la phase 3 (une dizaine de cellules) est entamée. Nous poursuivons avec la phase Luxe composée d'une quinzaine de cellules. Des négociations sont en cours, mais le plus important est de trouver les bonnes enseignes. Nous travaillons donc par cibles comme le sport, l'Homme, le Premium luxe, l'équipement de la maison, etc.

Et le projet de construction d'un hôtel ?

Le projet n'est pas annulé mais à cause de la crise sanitaire, nous avons dû le reporter de plusieurs années. Avec l'hôtel, nous voulions offrir un ressort qui propose aux clients de passer un week-end pour une expérience de shopping exceptionnelle. Sauf que nous n'avons pas l'autorisation d'ouverture le dimanche. La

