

Terville : Super-green et Dock 39



Pose de la première pierre

Du chapiteau au 112, de la première pierre aux discours, de la musique au buffet... Terville l'a jouée **foncièrement tonique** et un poil show-biz pour le premier geste symbolique de la vie du complexe commercial « Green-Center » et de ses 28 000 mètres carrés. Il s'appellera d'ailleurs « super-green »... comme super-Luxembourg et super Frey, respectivement maire de Terville et promoteur du site ? Super occase aussi pour le développement de Thionville et du commerce local comme pour les finances et la ville de Terville ? Il est en tout cas annoncé comme tel et Dock 39, un concept de loisirs familiaux exclusif, accostera le long de l'A31.

Dne première pierre nommée désist... « *Notre première rencontre date d'il y a 7 ou 8 ans* » dira Patrick Luxembourg, maire de Terville en parlant de son histoire avec Antoine Frey, PDG de Frey, une foncière qui développe depuis plus de 30 ans des centres commerciaux. Sous le petit chapiteau posé au milieu des 13 hectares de l'assise du projet, au bord de l'A31 juste en face de la zone du Linking, les deux hommes ont scellé la pierre, la capsule en cuivre et leur aventure en ouvrant un chantier qui devrait être terminé pour le printemps 2015.

C'est au 112, la salle de spectacle emblématique de Terville, creuset des animations et parfois des interrogations locales, qu'ont eu lieu les discours puis le cocktail pour fêter ce lancement. Guêule d'artiste, présence et look séducteur pour le jeune patron de la société de promotion, style musclé habituel pour Patrick Luxembourg avec une petite pointe de lyrisme ou au moins de consensuaité. Public nombreux et expert, aussi bien dans les arts de la vie publique que commerciale.

Trois giratoires et un contournement

Projection d'images et documents ont permis de mieux faire connaissance avec ce projet situé au balcon de l'A31 et de ses 100 000 véhicules par jour. **Zone de consommation stratégique sur ce flux entre Metz et Luxembourg**, situé au sein d'une offre thionvilloise qui a sa propre personnalité, ce projet Green Center veut

par définition apporter autre chose. Les aspects environnementaux, comme le nom le laisse supposer : parc commercial HQE dont Frey est le spécialiste en France, réflexion sur la liaison entre les bâtiments et leur environnement, chantier vert, gestion de l'eau etc. S'y rajoute une aire de jeu, une proximité par rapport à la vie de la commune et une politique de l'emploi tournée prioritairement vers les demandeurs d'emploi du secteur.

Sur un plan technique et financier : l'investissement global est de 42 millions d'euros et la ville de Terville a perçu 5,5 millions pour la vente d'une emprise de terrain de 104 000 mètres carrés. 175 000 euros de recettes fiscales en sont attendus annuellement. Une contribution non négligeable à une santé financière retrouvée. Plusieurs équipements routiers

notamment trois giratoires et un contournement seront pris en charge par Frey, juste le retour des choses puisque les entrées de la zone du Linking en France avaient été appelées à contribuer elles aussi à certains travaux.

On a attendu

Sur un plan plus stratégique, l'implantation de ce centre a donné lieu à quelques échanges au sein de l'agglomération de Thionville au cours des dernières années.

« *Il fallait que cela s'inscrive dans un contexte thionvillois cohérent* » a dit Patrick Luxembourg. « *Terville a attendu, à son propre préjudice que ces conditions soient réunies. On s'est mis d'accord sur le commerce qui, malgré les difficultés de l'époque, reste une des priorités pour l'agglomération. Ce programme doit permettre de boucher un certain nombre de trous dans l'offre et donner une priorité aux commerces locaux ou régionaux. Cette condition a fait l'objet de négociations avec le promoteur* ». Présent dans la salle Patrick Weiten, président de l'agglomération de Thionville Porte de France reste imperturbable. Les voies favorables de l'agglomération lors de la commission départementale d'aménagement commercial confortent l'analyse exprimée, au moins dans sa globalité.

Antoine Frey, qui avait accueilli les visi-

teurs, reprendra la parole pour apporter deux informations jusque-là inconnues : celle du nom qui sera donc « *super-green* » avec une mascotte du style grenouille à lunettes, cuisine batracienne de superman. Celle d'une première enseigne classée hors catégorie, c'est-à-dire ne faisant pas partie de la notion de priorité régionale. Il s'agit de l'implantation du groupe espagnol Dock 39 qui développe un concept de loisirs familiaux adaptés à des environnements commerciaux. Des surfaces allant de 400 à 3 000 mètres carrés avec une perspective de plusieurs centaines de milliers de visiteurs par an. Dock 39 sera en France une exclusivité du groupe Frey. Premier rendez-vous à Terville et façon d'illustrer ce que le promoteur entend par « *retailtainment* », c'est à dire ce concept nouveau qui associe shopping et divertissement, pôle de restauration et offre de loisirs-aventure.

Une programmation qui est aussi celle du concurrent « *Compagnie de Phalsbourg* » dont le projet Waves devrait ouvrir ses portes de façon quasi simultanée en 2015 au sud de Metz et dont les structures sont déjà bien identifiables. Un paysage dans lequel il faudra aussi prendre en compte le ou les projets Oxyrane de Decathlon. Le commerce comme la vie sont rarement un long fleuve tranquille. >

Jean-Pierre Jager

