

250 emplois locaux à la clé

Cela faisait plus de 15 ans que le projet dormait dans les cartons. Cette fois, le Parc Saint-Paul est sur le point de sortir de terre. Maurice Bransay, président de l'opérateur en immobilier commercial Apsys, était jeudi à Saint-Paul pour présenter son projet et signer une charte pour l'emploi local avec Romans Bourg-de-Péage expansion, Pôle Emploi et la Mission locale.

C'est en début d'année prochaine que seront donnés les premiers coups de pioche sur la surface de 27 000 m² destinée à cette opération, dans la zone d'activité de Saint-Paul, derrière le magasin E. Leclerc. Et ce sont des entreprises locales qui les donneront, faisant travailler environ 150 personnes, le tout pour une enveloppe totale de 30 millions d'euros.

Une clause spécifique pour les commerçants

Mais ce n'est pas tout. Avec 32 commerces attendus sur la zone, près de 250 emplois devraient être créés à l'ouverture, prévue au premier semestre 2014. Et les acteurs locaux se sont assurés qu'ils seraient réservés aux habitants des environs. En effet, Apsys s'est engagé à inclure sur les baux des commerçants une clause les obligeant à engager des personnes du secteur.

Pour coller au mieux aux besoins des employeurs, des formations spécifiques seront organisées avec Pôle emploi, la Mission locale et RBE. « L'avantage, c'est qu'on va pouvoir travailler très en amont », souligne Philippe Drésin, président de RBE. « Nous allons procéder à des tests par habileté pour éviter



Ce "retail park" présentera une trentaine de commerces dans un cadre harmonieux et végétalisé. Apsys

les discriminations liées à l'âge, à l'origine ou aux diplômes », précise Wilfried Faure, directeur du Pôle emploi de Romans. Gérard Willman, président de la Mission locale, a évoqué quant à lui la possibilité de mettre en place des contrats d'avenir, rappelant que 30 % des jeunes sont sans emploi.

Une manière de faire partager à tous les retombées économiques de ce parc, qui devrait attirer 2,5 millions de visiteurs chaque année.

Floriane LIONNET

Un "retail park" écolo

« Un symbole de modernité et d'intégration paysagère ». C'est ainsi que l'architecte, Jean-Marc Pivot de Sud Architecte, décrit son projet. Outre ses qualités esthétiques, le Parc Saint-Paul répondra aux exigences de développement durable, avec pour ob-

jectif la certification européenne Breeam "Very good" et le label Valor park. Par exemple, 30 % de sa surface sera végétalisée et sa consommation d'énergie sera réduite de 25 % par rapport à un centre commercial classique du même type.



Maurice Bransay (Apsys), Philippe Drésin (RBE), Gérard Willman (Mission locale) et Wilfried Faure (Pôle emploi) ont signé une charte pour l'emploi local.

REPÈRES

LES ENSEIGNES

■ Plus de 70 % de la surface est déjà commercialisée. Outre Bricomarché qui se déplace et s'agrandit, le Parc Saint-Paul devrait accueillir les enseignes La Halle au sommeil, Centrakor, Bureau Vallée, Gemo, Chaussée, Zeeman, La Halle aux sports, Princesse, la Générale d'optique, Carlance, Mooving club, Baila pizza, Subway, la Pataterie, Les Fromentiers, Rapid system.

LA CLIENTÈLE

■ La zone de chalandise est estimée à 145 000 habitants. « L'objectif est d'éviter l'évasion commerciale, puisque, aujourd'hui, 30 % des habitants de l'agglomération vont faire leurs achats à l'extérieur », précise Philippe Drésin.

LES ENTREPRISES DE TRAVAUX

■ C'est l'entreprise Cheval (Bourg-de-Péage) qui se chargera de la voirie et des réseaux divers, tandis que l'entreprise Enbata (38) a été retenue pour le clos & couvert.