

## Triple offensive sur le commerce messin

by L.S.A. - mardi, septembre 02, 2014

<http://correspondances.fr/triple-offensive-commerce-messin/>

**La Compagnie de Phalsbourg, Corio et Apsys investissent la cité mosellane pour y construire ou y rénover près de 100 000 m2. La ville n'avait pas connu une telle offensive commerciale depuis quarante ans. Passage en revue des projets.**

Metz la commerçante s'endormait peu à peu sur ses lauriers. Trois princes charmants sont venus bousculer ses secteurs stratégiques. Porté par Compagnie de Phalsbourg, Waves Actisud s'apprête à déferler sur une zone périphérique quelque peu décatie. Au cœur du plateau piétonnier, le groupe franco-néerlandais Corio achève, lui, la restructuration du centre Saint- Jacques. Dans le quartier de l'Amphithéâtre, Apsys, enfin, se propose d'ériger avec Muse le pendant commercial du Centre Pompidou-Metz.

### Déferlante en périphérie

Avec ses 40 000 m2 de toiture incurvée et miroitante, ses façades de 12 m2 d'un seul tenant et son plan d'eau intérieur, Waves Actisud veut décoiffer le commerce de périphérie. Dessiné par l'architecte Gianni Ranaulo, un bâtiment unique regroupe sur son flanc est de gros consommateurs d'espaces tels que la jardinerie Truffaut, Gemo, Orchestra, Cultura ou la Grande Récré. La partie ouest réunit des points de vente de moindre dimension, dont Apple Premium Reseller, Swarovski ou Pimkie. Une dizaine d'enseignes présentes à Actisud ont surfé sur la vague en y réalisant des transferts-extensions.

Le promoteur a repris plusieurs concepts de l'Atoll, ouvert à Angers en 2012 : des navettes gratuites véhiculent les acheteurs d'un magasin à l'autre. Et à partir de 1 500 € d'achats cumulés, les clients bénéficient d'un lounge comparable aux salons VIP des aéroports.

Mi-juin, la Compagnie de Phalsbourg annonçait avoir commercialisé 94 % de son espace de vente. Mais le projet s'est démarqué de la proposition initiale, suscitant l'ire des élus et des commerçants locaux. Pour compenser les désistements de Conforama et de Milonga, le promoteur a annoncé l'arrivée de trois enseignes du groupe Vivarte. La surface de vente globale augmentait ainsi de 5 000 m2 et privilégiait l'équipement de la personne, au grand dam du commerce de centre-ville. Cette modification n'a pas été du goût de la CDAC, qui a retoqué le projet le 28 juillet. Waves Actisud ouvrira donc avec 14 000 m2 de surface disponible. Philippe Journo entend faire appel de cette décision en CNAC.

face à la déferlante de Waves. Corio a repris en 2011 ce centre commercial historique, détenu auparavant par 38 copropriétaires, qui n'avait guère renouvelé son offre, ni ses locaux depuis une quarantaine d'années. Depuis janvier, l'agence canadienne GH+A assistée du cabinet Jeff van Dyck assurent la maîtrise d'œuvre d'une rénovation qui englobe les niveaux - 1 et - 2, les huit entrées et la place centrale.

## Centre-ville contemporain

Au cours des deux dernières années, Saint-Jacques a perdu 20 points de vente dont la Fnac, qui a migré en novembre 2012 dans les sous-sols des Galeries Lafayette, laissant 3 000 m<sup>2</sup> vacants. Le flux de visiteurs a pâti de cette désaffection, passant de 13 à 11 millions.

Le groupe signale les implantations récentes du coiffeur Jean-Louis David, du spécialiste des coques de portable The Kase et du nécessaire capillaire Pro You, mais reste discret sur l'identité des enseignes qui vont arriver cet automne.

À moins d'un kilomètre du centre historique de Metz émerge le quartier de l'Amphithéâtre, qui doit constituer à terme un centre-ville contemporain au pied de la nouvelle entrée sud de la gare. Le centre commercial Muse aurait dû y ouvrir dès cette rentrée, mais divers aléas ont différé le lancement des travaux, qui n'interviendra qu'en septembre.

Trois ans avant l'ouverture, Apsys annonce un taux de remplissage de 65 %. Muse revendique un positionnement « *arty shopping* » et imagine des plafonds réfléchissants qui projetteraient des œuvres contemporaines numériques faisant écho au musée voisin.

## Deux questions à Patricia Sallusti, adjointe au maire déléguée au commerce

« *La densité commerciale ne fait pas tout* »

### Metz peut-elle absorber 78 000 m<sup>2</sup> de surface de vente en plus ?

**Patricia Sallusti** - L'implantation de Waves Actisud est ressentie comme un danger, mais les commerçants du centre-ville et de périphérie ont un ennemi commun : l'e-commerce. Les uns et les autres ont intérêt à ce que Metz reste une ville attractive. L'implantation de Muse s'inscrit dans un mouvement séculaire : la ville bouge, le commerce se déplace.

### Le renouveau engagé suffira-t-il à repositionner Metz face à Nancy, à Sarrebruck et au Luxembourg ?

**P. S.** - Metz propose une belle offre, mais la densité commerciale ne fait pas tout. L'un des freins du commerce messin tient au droit local très strict encadrant les horaires d'ouverture. Sarrebruck et Luxembourg ont adapté leurs amplitudes horaires. Nancy relève de la législation commune.