

Le nouveau visage du commerce strasbourgeois



Avec l'ouverture du centre Rivétoile et de la galerie marchande de l'Aubette, des magasins existants qui font peau neuve, les consommateurs ont de quoi trouver leur bonheur... à Strasbourg. >>



ART DE VIVRE L'architecture originelle a été préservée dans le nouvel espace de l'Aubette

Une offre commerciale renforcée

« *J* amais, en trente ans, Strasbourg n'avait connu de tels changements, souligne Pierre Bardet, membre titulaire de la CCI et directeur général des Vitrines de Strasbourg. Grâce à notre soutien, le centre commercial de l'Aubette a pu se réaliser en même temps que Rivétoile ». L'offre commerciale déployée à Rivétoile (plus de 90 boutiques, dont des restaurants et des moyennes surfaces) a d'ailleurs permis une extension du centre-ville, où les consommateurs peuvent également profiter d'un environnement culturel fort, à proximité de la Cité de la musique et de la danse, de la nouvelle médiathèque André Malraux

et de l'UGC Ciné Cité. Sur les deux sites, de nouvelles enseignes auparavant absentes de Strasbourg sont présentes, comme Gap, Bershka, Le Temps des Cerises, Pull and Bear (dont c'est la première implantation en Alsace), Puma. L'espagnol Zara a doublé ses magasins, en y ajoutant son offre dédiée à l'équipement de la maison. Tout c o m m e



la parfumerie Sephora, présente au Centre commercial des Halles (121 magasins, 10 restaurants), rue des Grandes Arcades et à Rivétoile, Marionnaud s'est installée à l'Aubette et à Rivétoile. Délaissant la rue du 22 Novembre qui devrait bientôt accueillir un magasin alimentaire, en face d'une surface de bricolage. « Un autre projet de renaissance qui a été fortement appuyé par les Vitrines de Strasbourg », souligne Pierre Bardet. Et de relever l'arrivée de nouvelles boutiques haut de gamme comme Nespresso, Bemac, Bose. Enfin, un nombre important de magasins ont changé d'emplacement ou ont fait peau neuve de manière

à redynamiser leur offre. Pour exemples, les efforts de modernisation déployés par les Galeries Lafayette, qui s'attachent à faire venir de nouvelles marques - récemment, l'espace Hugo Boss -, « Ces évolutions étaient nécessaires, si l'on veut contrebalancer les créations à venir de l'autre côté du Rhin, voire les magasins de marque prévus à Roppenheim ». En dépit de la mauvaise conjoncture, le centre-ville gagne à se montrer en phase avec les nouveaux besoins et les attentes des consommateurs, en quête d'une offre diversifiée. Le commerce contribue de façon notable à l'animation des villes, il est en quelque sorte son souffle vital. ■

>> PAROLES DE COMMERÇANTS

Geneviève Lethu, des produits uniques !

Strasbourg compte désormais un nouveau magasin dédié aux arts de la table. Les articles sont vendus sous l'égide de la célèbre marque Geneviève Lethu. À la tête de la nouvelle boutique, Jean-Pierre Idzikowski, ancien chef d'entreprise dans l'automobile, qui s'est volontiers converti à la vente de vaisselle et autres accessoires. « *Mon parcours professionnel précédent m'a permis de découvrir divers métiers à l'intérieur de l'entreprise, notamment ceux liés à la vente et à la stratégie. Et au fond, dans tous les secteurs, les techniques sont les mêmes. Par contre, je n'ai pas choisi l'enseigne Geneviève Lethu par hasard. La marque distribue des produits de qualité, tous fabriqués en France. J'ai le statut de franchisé indépendant.* » Grâce à une implantation



au cœur de Strasbourg, dans des locaux clairs et spacieux, Jean-Pierre Idzikowski veut avant tout se démarquer. Car depuis peu, d'autres boutiques présentant des assiettes, verres, serviettes et divers ustensiles de cuisine ont ouvert leurs portes dans la capitale alsacienne. « *Il faut savoir vivre avec la concurrence. Notre démarche aujourd'hui est d'aller du panier à la table,*

en passant par la cuisine et la décoration. Pour cela, nous proposons des collections, des créations propres de vaisselle, de nappes, etc. Notre merchandising est unique puisque tous nos produits sont en « situation », et non pas rangés sur des étagères. Quelques semaines après l'ouverture, mon bilan est positif et la clientèle au rendez-vous. »

● CONTACT ● 14 rue du 22 Novembre à Strasbourg, 03 88 16 32 53

L'offre strasbourgeoise en chiffres

Strasbourg-centre ville (hors quartiers et hors Aubette), c'est :

- 49 commerces de + 300 m², 66 709 m² de superficie, dont
 - 16 dans l'habillement
 - 3 grands magasins
 - 4 magasins d'articles de sports et de loisirs
 - 5 points livres, journaux et papeterie
- 1 178 commerces traditionnels et de services à la personne de - 300 m², parmi lesquels :
 - plus de 250 magasins de prêt-à-porter
 - 68 coiffeurs
 - 66 magasins de chaussures
 - 35 bijoutiers

Source : CCI-Fichiers

À titre de comparaison les chiffres de Mulhouse centre-ville

- 24 commerces de + de 300 m², 29 034 m², dont :
 - 2 supermarchés
 - 1 grand magasin
 - 1 magasin d'articles de sport et de loisirs
 - 1 magasin d'instruments de musique
 - 2 points livres, journaux et papeterie
 - 4 magasins de meubles
 - 2 magasins dédiés aux textiles de maison
 - 10 boutiques prêt-à-porter
 - 1 parfumerie

Source : CCI de Mulhouse

Costar, plus de trente ans de service

Fondé en 1977 par Cécile Huber et Joseph Speisser rue du 22 novembre, Costar est l'une des plus anciennes enseignes de prêt-à-porter de Strasbourg. En 1980, les deux co-gérants s'installent dans la rue des Francs-Bourgeois. Une seconde adresse qui perdure aujourd'hui, grâce à la fidélité de trois, voire quatre générations de clients séduits par la qualité, le choix et le service fournis. Situé sur deux niveaux, le magasin propose chemises, pulls, vestes, pantalons et costumes. Une large sélection de grandes marques : Pierre Cardin, De Fursac, Odermark, Saint-Hilaire, Lee Cooper ou Pionier pour

n'en citer que quelques-uns. Hors « saison des mariages » et en dehors des produits sportswear, les clients ont en général plus de 30 ans. De toutes corpulences, ils apprécient le confort des lieux et le choix en tailles, du 36 au 74. « *Nous avons même des entre-tailles et du sur-mesure, observe Cécile Huber. Que ce soit en chemiserie ou en costumes, nous proposons là aussi un vaste choix à partir d'échantillons de tissus haut de gamme.* » À noter un service devenu rare à Strasbourg, l'atelier de tailleur à l'étage. Les retouches, gratuites, sont souvent réalisées au moment même de l'achat. « *La proximité du tram est un gros atout pour nous,*

ajoute Joseph Speisser. À leurs clients fidèles se joignent des Allemands, des Suisses, des Russes, souvent en poste au Conseil de l'Europe. Pour affronter l'avenir, ils comptent sur leur savoir-faire et leur souci d'excellence.

● CONTACT ● Costar, 10 rue des Francs-Bourgeois à Strasbourg



Opération relooking pour Kenzo

Parquet sombre, murs clairs, composition florale recherchée, mobiliers neufs, la boutique Kenzo de Strasbourg vient de s'offrir un nouveau look. « Le magasin avait vieilli, ces travaux étaient donc nécessaires. Le nouveau décor met nos articles en valeur et reflète bien l'identité Kenzo. De plus, avec Bernard Potier, mon associé, nous avons racheté la boutique tout en gardant les mêmes salariés. Les travaux de rénovation et le rachat de la boutique ont nécessité de gros investissements », précise Adelaïde Cataldi, propriétaire associée, lors de l'inauguration de la boutique nouvelle version. Une inauguration où étaient conviés les entreprises



impliquées dans la rénovation, quelques commerçants et des clients triés sur le volet. « Nous avons une clientèle fidèle, des Alsaciens, quelques Allemands et des Russes », poursuit Adelaïde Cataldi, qui a fait toute sa carrière dans l'univers de la mode. « Contrairement à d'autres enseignes, nous souffrons peu de la crise. J'ai maintenu en

2008 mes chiffres de 2007. »

L'ouverture de deux nouveaux centres commerciaux au cœur de Strasbourg ne semble pas affecter l'activité de la boutique. « Le haut de gamme est moins concerné par cette ouverture. D'après moi, cela devrait attirer une clientèle supplémentaire, en particulier allemande dans notre ville. C'est donc plutôt positif. »

● CONTACT ● 44 rue du Vieux-Marché-aux Poissons à Strasbourg
03 88 75 99 22

Adresses utiles

● L'association des commerçants

Les Vitrines de Strasbourg: 700 adhérents unis par la même volonté de promouvoir la qualité, le choix et le service.

● CONTACT ● 03 88 32 51 13

● La CCI

- Conseiller terrain Strasbourg: Stéphane Moser, 03 88 75 24 86
- Enquêtes et comportements d'achats

L'observatoire du commerce bas-rhinois: Patricia Bouilleaux, 03 88 75 25 57

L'observatoire du commerce franco-allemand: Claude Ribeiro, 03 88 75 25 82

Place des Halles : valoriser nos points forts

Avec 116 boutiques, la galerie marchande Place des Halles occupe une place de choix dans le paysage marchand. Au centre-ville, à proximité immédiate du tram, le centre est une destination naturelle pour nombre de Strasbourgeois. Seule ombre au tableau: l'ouverture d'un concurrent place de l'Étoile. « Il y a un an, nous avons décidé de mettre en place une stratégie visant à valoriser nos points forts », explique Laurent Maennel, directeur de la Place des Halles. « Avec Rivétoile, l'Aubette et les Vitrines de Strasbourg, nous avons décidé d'élaborer une communication commune. Cela ne sert à rien



de travailler les uns contre les autres. Nous sommes plutôt satisfaits de la fréquentation, et s'il y a un très léger ralentissement, il est lié à la baisse du pouvoir d'achat et non pas à la concurrence. » Laurent Maennel attend beaucoup de la rénovation des parkings et du tunnel de pénétrante qui mettra le centre à quelques encablures de l'autoroute.

● CONTACT ● 24 place des Halles à Strasbourg, 03 88 22 21 61

>> POUVOIR D'ACHAT ET PRIX

Comparaison France - Allemagne La différence des prix diminue

À l'initiative des ministères français et allemand (Secrétaire d'État à l'industrie et à la consommation en France et Ministère de l'agriculture et de la consommation du land du Bade-Wurtemberg), Euro-Info-Consommateurs a actualisé l'enquête* transfrontalière des prix réalisée l'an passé. Il en ressort que dans l'ensemble les écarts des prix entre la France et l'Allemagne s'estompent. Même, certains produits comme le lait demi-écrémé, les pâtes, le riz, le pain de mie sont à présent plus chers en Allemagne qu'en France.

MOINS CHERS EN FRANCE : PÂTES, FROMAGES, POISSON, LÉGUMES, ESSENCE...

Les produits à base de cacao ou gâteaux sucrés restent plus avantageux en Allemagne, qui continue à tenir ses prix plus bas en matière de produit de beauté,

d'hygiène et d'entretien. La vie est également moins chère dans les produits de petit outillage. Ce qu'il faut savoir, c'est que les prix changent souvent, surtout dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat. Il est toujours intéressant de comparer les prix entre les différents distributeurs, non seulement d'un pays à l'autre, mais aussi au sein d'un même pays. Il n'y a pas de différence significative en matière d'électroménager, informatique, hi-fi, vidéo, parfums et jouets.

* 2928 prix ont été relevés, pour des produits de marque identiques, sur plus de 600 produits - 381 sélectionnés au final dans les secteurs suivants: alimentaire, produits d'hygiène et d'entretien, parfumerie, bricolage, électroménager, jouets et essence dans près de 100 magasins (dont 12 boutiques en ligne) dans 19 villes frontalières entre juillet et novembre.

● SITE ● www.euroinfo-kehl.eu/fr

Fin de dossier