

UNE FAUSSE BONNE IDÉE

# Le Square de l'Enseigne peine

Le Square de l'Enseigne, projet du Club européen des directeurs de réseaux (Cédre) et de l'agent immobilier *Alphonse et Thoutard*, lequel est destiné à redynamiser le commerce des villes petites et moyennes, ne suscite pas un enthousiasme particulier de la part des chaînes nationales. Lors de la dernière réunion du Cédre tenue à Paris, aucun des quelque vingt-cinq représentants de réseaux présents (sur une cinquantaine de participants) ne s'est clairement prononcé en faveur de la formule... Le système du Square de l'Enseigne consisterait à réunir, dans un même espace de 200 à 300 m<sup>2</sup>, quatre à six commerces ou corners de chaînes nationales exploités par un même franchiseur. Ainsi, les enseignes qui ne peuvent, pour des raisons de rentabilité, être présentes dans les villes de 15.000 à 30.000 habitants, réduiraient leurs coûts en s'unissant sous un même toit.

Des Squares spécialisés pourraient même voir le jour, en équipement de la personne, équipement de la maison, restauration, etc. Mais, d'une part, il y a les enseignes qui sont déjà dans les villes moyennes. C'est notamment le cas concernant certains créneaux de la distribution d'habillement. Michel Lacoste, pour *Marcelle Griffon*, a ainsi expliqué que son réseau «s'était largement constitué à partir des villes moyennes». Par ailleurs, *Marcelle Griffon* y recherche déjà le voisinage des enseignes visant la même clientèle, avec lesquelles les échanges d'informations sont courants. En outre, «il ne faut pas négliger le poids des multimar-

ques dans les petites villes», a rappelé Michel Lacoste. Fréquemment, ces derniers segmentent leur magasin en corners. Quel est l'intérêt, dans ces conditions, de «vouloir réinventer le commerce multimarque», ainsi que le suggère le dossier de présentation du Square de l'Enseigne ? Plus généralement, il semble que les chaînes considèrent cette formule comme trop compliquée. Elle consisterait en effet à créer une société ad hoc,

négociant d'une part un cahier des charges avec les franchiseurs et se chargeant, d'autre part, du développement dans les villes moyennes, c'est-à-dire du recrutement des franchisés.

Pour démarrer, le Square de l'Enseigne a enfin toujours besoin de trouver des financements. Or cette question reste primordiale concernant les politiques de redynamisation commerciale de villes moyennes, comme l'a

expliqué Sophie Simonet, de la *Compagnie des métiers du commerce*. Cette dernière mène en effet actuellement une opération de restructuration d'un quartier du centre-ville à Dunkerque. «Nous avons eu la chance de trouver un investisseur», explique Sophie Simonet. Et d'avoir réussi, conformément aux vœux de celui-ci, à impliquer la municipalité et les pouvoirs publics dans l'opération. La grande difficulté dans ce type d'opération est en effet d'aboutir à des loyers et charges compétitifs par rapport à la périphérie. Il faut pour cela intervenir sur le foncier, c'est-à-dire obtenir des subventions ou rétrocessions avantageuses de terrains, faute de quoi les coûts restent prohibitifs pour les enseignes locomotives. En particulier les enseignes alimentaires, pièces maîtresses de toute opération de centre-ville. A Dunkerque, le montage permet ainsi de générer des loyers de 20% inférieurs à ceux des centres commerciaux de périphérie. Tandis que la participation de la municipalité a également permis de modeler les voiries et parkings en fonction des impératifs commerciaux du projet. Celle de la Chambre de commerce étant un bon atout pour créer une interface efficace avec les commerçants locaux.

Enfin, la commercialisation doit rester complémentaire à l'offre existante en centre-ville, tout en se différenciant de la périphérie. L'opération de Dunkerque est ainsi pratiquement entièrement réalisée en pied d'immeubles, car «le but n'est pas de créer un nouveau centre commercial». Tandis que l'habillement, qui n'est pas inclus dans le plan de merchandising de l'opération, car déjà bien représenté dans les rues voisines, devrait profiter indirectement de l'attractivité nouvelle de la ville. La relance commerciale des centres-ville est aussi une question de rééquilibrage entre secteurs d'activité.

OLIVIER COSTIL

SOPHIE SIMONET  
(COMPAGNIE DES  
METIERS DU  
COMMERCE).  
Pour démarrer,  
le Square de  
l'Enseigne a  
besoin de  
trouver des  
financements.

