

# MARSEILLE SE FAIT BELLE POUR 2013

**Souvent à la Une de l'actualité pour ses problèmes de sécurité, la deuxième ville de France se prépare à devenir l'an prochain "Capitale Européenne de la Culture". Dans tous les domaines, des initiatives se font jour pour renforcer son attractivité.**

Sophie Mensor

**E**n pleine ébullition, la cité phocéenne fourmille de projets. La désignation de la ville, avec Arles et Aix-en-Provence comme "Capitale européenne de la Culture en 2013" a entraîné une dynamique et déclenché toute une série d'investissements, dans des infrastructures touristiques mais aussi bien évidemment dans des projets culturels. En ligne de mire également : le Championnat d'Europe de football 2016, appelé plus couramment l'Euro, qui a retenu le stade Vélodrome pour accueillir la compétition. Ce qui constituera sans nul doute un grand rendez-vous pour les habitants, connus pour être fans de

football et supporters de leur club, l'OM (Olympique de Marseille).

A cela s'ajoute le développement d'un certain nombre de projets commerciaux, 11 au total, prévus de longue date mais qui s'accélèrent pour 2013. *"De façon générale, Marseille a beaucoup de retard, et notamment en matière de commerce. Une étude a démontré qu'il manquait 150 000 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales et qu'1 milliard d'euros était dépensé par les Marseillais hors de la ville"*, indique Solange Biaggi, adjoint au Maire, en charge du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et du centre-ville depuis 2001.

L'enjeu est de faire venir un certain nombre d'enseignes, qui avaient tendance à bouder la ville, tout en préservant le tissu des indépendants. Encore largement majoritaires, ceux-ci représentent 85 % du total des commerces de Marseille. On les retrouve principalement en centre-ville dans les transversales et sur le grand centre-ville. *"Nous souhaitons que la richesse se crée à Marseille mais en évitant l'uniformisation du centre"*, mentionne Marianne Tiberghien, chargée de mission pour Marseille Centre, la fédération des commerces du

centre-ville, qui regroupe 12 associations de commerçants. C'est au cœur de la ville que l'on peut trouver la plus vieille quincaillerie de France, des herboristeries, toutes sortes de boutiques de tradition qui ont gardé leur cachet...

## Des zones thématiques

Le centre-ville comprend 4 800 commerces et pèse 550 millions d'euros de chiffre d'affaires. Il se caractérise par un choix important en équipement de la personne, une croissance du secteur hygiène/ santé/beauté, une légère

progression de la culture et des loisirs ainsi qu'une évolution affirmée vers le moyen et le haut de gamme. Des

zones thématiques se mettent en place. *"L'objectif est de recréer un centre-ville, où il est agréable de se promener"*, ajoute Marianne Tiberghien.

Par exemple au bout de la rue Saint-Ferréol, qui constitue l'artère commerciale la plus fréquentée avec des magasins de prêt-à-porter et des grandes enseignes telles Virgin, Zara, H&M, Galeries Lafayette, sont regroupés des antiquaires, des boutiques de décoration... Les créateurs, librairies et commerces alternatifs se retrouvent

Encore largement majoritaires, les indépendants représentent 85 % du total des commerces



SOLANGE BIAGGI (ADJOINT AU MAIRE) : "UNE ÉTUDE A DÉMONTRÉ QU'UN MILLIARD D'EUROS ÉTAIT DÉPENSÉ PAR LES MARSEILLAIS HORS DE LA VILLE"



quant à eux, sur le Cours Julien. Autres rues commerçantes : la rue de Rome à l'est et la rue de Paradis à l'Ouest. La première, plus populaire, développe une offre grand public, la seconde est l'adresse des enseignes de luxe et haut de gamme. Les rues perpendiculaires, telles que Grignan et Davso, viennent compléter cette offre haut de gamme : restaurants branchés, boutiques de mode, bijoutiers, arts de la table, jeunes créateurs... Sans oublier le quartier Noailles/Capucins qui accueille des épiciers exotiques ou encore l'emblématique Canebière, où il reste peu de m<sup>2</sup> disponibles.

Toutes ces zones reflètent la diversité commerciale de la ville, qui s'appuie sur une grande diversité des locaux commerciaux. *"Quand nous sommes en contact avec des commerçants qui veulent s'installer à Marseille, nous leur demandons quel est leur projet afin de les implanter au bon endroit"*, in-

dique Didier Bertrand, directeur de l'agence immobilière Le Marquis.

### Les croisiéristes de plus en plus nombreux

Le centre-ville doit compter également avec la montée en puissance du nombre de croisiéristes, plus d'1 million par an, qui viennent faire escale à Marseille et arpentent les rues du Vieux-Port pour faire du shopping. *"Ce phénomène touristique est un axe de développement très fort"*,

souligne Jean-Luc Blanc, vice-président de la Chambre de commerce et d'industrie

de Marseille Provence. C'est notamment pour faire face à cette demande croissante qu'un certain nombre de projets sont engagés.

C'est d'abord la rénovation du Centre Bourse, un des plus anciens centres commerciaux de la cité et partie intégrante du cœur de ville. Il regroupe 60 boutiques,

qui s'organisent autour des *Galleries Lafayette* et de la *Fnac*. D'ici 2014, il devrait accueillir 10 boutiques supplémentaires avec une dominante en équipement de la personne.

De même, la rue de la République qui s'étire sur plus d'1 kilomètre, pour relier le Vieux-Port à Euroméditerranée, nouveau quartier d'affaires dans le secteur de la Joliette, est en pleine réhabilitation. La quasi-totalité des surfaces du premier tronçon de la rue, qui s'étend jusqu'à la place Carnot, est déjà commercialisée. Les opérations doivent se

Des zones thématiques se mettent en place dans le centre-ville

### Marseille en chiffres

- 860 000 habitants
- 15 000 commerces dont 4 800 en centre-ville.

#### ✓ Atouts

- Capitale européenne de la culture en 2013
- Ville cosmopolite
- Boom des croisières

#### ✓ Points faibles

- Sécurité
- Propreté
- Niveau de vie et taux de chômage



Marianne Tiberghien (Marseille Centre) : "Nous souhaitons que la richesse se crée à Marseille mais en évitant l'uniformisation du centre"

poursuivre au-delà de cette place avec l'arrivée d'un *Monoprix* de 3 500 m<sup>2</sup>. Dans ce contexte, la mairie aide les petits commerçants du quartier à refaire leur façade dans un souci d'harmonisation de l'architecture. "Depuis sa rénovation, la rue de la République a enregistré + 13 % de fréquentation, la place Lulli + 17%", annonce Solange Biaggi. Parallèlement la semi-piétonisation du Vieux Port, qui constitue un des projets phares de la municipalité en matière de qualité de vie en centre-ville, se poursuit. L'objectif est également de favoriser le shopping.

### Rattraper le retard

Autre projet d'importance : les Terrasses du Port. Situé en bord de mer, entre le centre-ville et les quais, où débarquent les croisiéristes, il comprendra 160 boutiques sur 40 000 m<sup>2</sup> de surface commerciale. Sa livraison est prévue en 2014. On peut citer également les Voûtes de la Major, dont la fin des travaux est annoncée pour 2013. Orienté vers l'accueil des touristes, ce pôle doit accueillir 5 200 m<sup>2</sup> de commerces à vocation culturelle. Ces projets étant liés à la réappropriation du front de mer avec l'aménagement du boulevard du Littoral.

Pour finir ce tour d'horizon, il faut citer également les Docks. Ces anciens entrepôts abritent aujourd'hui des bureaux. Fin 2013, 80 boutiques vont occuper



Depuis sa rénovation, la rue de la République a enregistré une hausse de sa fréquentation

les 21 000 m<sup>2</sup> en rez-de-chaussée et sous sols de ces bâtiments. Enfin, tout un programme de logements, bureaux, hôtels et commerces doit se développer autour du stade Vélodrome. Avec 60 boutiques, le centre commercial du Prado se déploiera sur 24 000 m<sup>2</sup>. Son ouverture doit s'effectuer dans le courant du second trimestre 2014. Début 2015 verra aussi la naissance de Bleu Capelette, un centre commercial qui figure au cœur du programme de réhabilitation Marseille Grand Est. Toutes ces opérations ont pour but de rattraper le retard de Marseille en matière de surfaces commerciales mais aussi de faire contrepoids aux pôles qui se sont développés en périphérie, tels que Grand Littoral, la Valentine ou Plan de Campagne, cé-

lèbre pour son ouverture le dimanche.

### La propreté en question

Dans ce contexte de travaux d'aménagement, la ville travaille à rénover l'éclairage public, les sols. Pour lutter contre les agressions et le stationnement anarchique, des caméras de surveillance sont en cours d'installation dans le centre-ville.

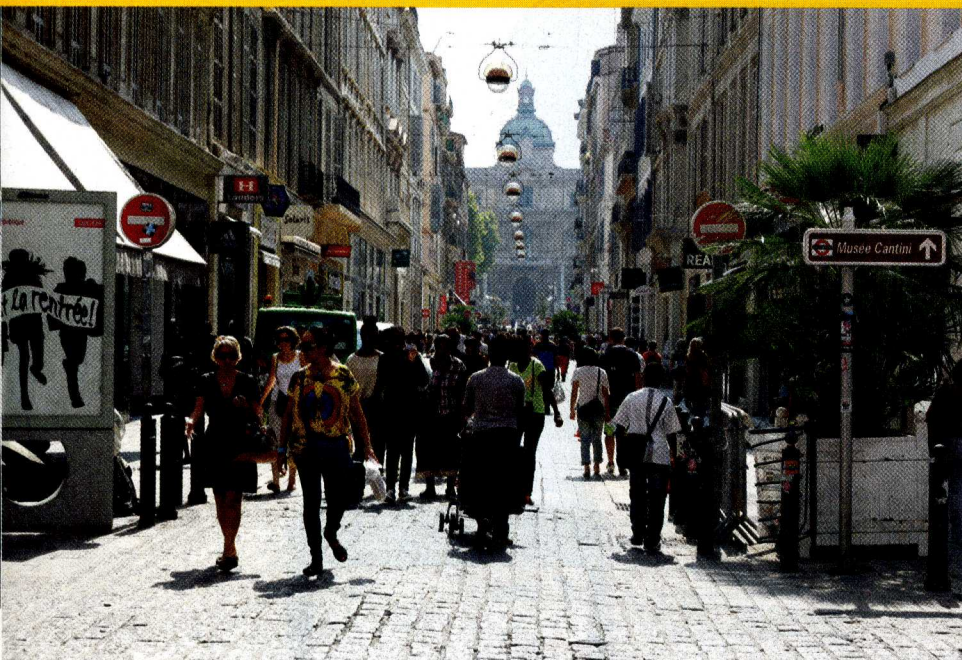
Plus que l'insécurité, c'est surtout la propreté qui semble poser problème

Plus que l'insécurité, c'est surtout la question de la propreté qui semble poser problème. "C'est un préjudice au quotidien", assure Marianne Tiberghien. Si la communauté urbaine et la ville œuvrent pour trouver des solutions contre la saleté, la situation semble s'améliorer très doucement.

Pour les commerçants, plusieurs

On trouve encore des commerces de tradition, comme le Père Blaize, célèbre pour ses tisanes et décoctions





Artère commerciale la plus fréquentée, la rue Saint-Ferréol est aussi la plus grande voie piétonne



JEAN-LUC BLANC  
(CCIMP) : "NOUS  
ENVISAGEONS DE  
RENTREER DANS LE TOP  
20 DES MÉTROPOLES  
EUROPÉENNES"

►► animations vont accompagner "Marseille-Provence 2013". Tout d'abord "l'Art en Vitrine". Principe de l'opération: 50 commandes à 50 artistes de 50 œuvres pour 50 vitrines de magasins. Avec cette opération réalisée en collaboration avec Marseille Centre et l'association des commerçants du Centre d'Aix-en-Provence, ce sont 200 boutiques et magasins qui vont être concernés. Par ailleurs, depuis plusieurs mois, la fédération de commerçants s'est engagée avec un certain nombre de ses adhérents dans la démarche "Esprit Client" impulsée par la CCIMP. But de l'opération: améliorer la qualité de l'accueil pour développer l'attractivité de la métropole, préparer 2013 et maximiser les retombées économiques du tourisme.

L'emblématique Canebière compte peu de m<sup>2</sup> disponibles



Enfin, le site Internet de la fédération est en pleine rénovation, avec 400 fiches boutiques. Au programme également: la mise en place d'une application Smartphone gratuite en collaboration avec l'Office de tourisme et des congrès de la ville, qui inclura du tourisme, culture et shopping. "A terme, nous nous inscrivons dans la dynamique des NFC, technologies de communication sans contact", déclare Marianne Tiberghien.

### Ouverture dominicale

Mais le grand sujet qui mobilise les commerçants marseillais est bien l'ouverture dominicale. Depuis le 2 septembre 2012, plus de 137 magasins de l'hyper-centre ouvrent leurs portes le 7<sup>e</sup> jour de la semaine. Une décision qui s'ef-

fectue dans le cadre de la loi Maillé, qui permet cette ouverture en zone touristique. Ainsi les différents partenaires, Terre de Commerces, la CCIMP, la ville et la communauté urbaine Marseille Provence Métropole ont signé les conditions de l'encadrement social de cette ouverture. "Cela suppose que la ville soit propre, que les métros fonctionnent", ajoute la responsable de la fédération Marseille Centre. Ainsi de la rue Davso à la rue de la République en passant par Saint-Ferréol, qui devient 100 % piétonne ce jour-là, le quartier Belsunce, la Canebière et la rue de Rome, il est possible de faire ses achats le dimanche, dans le centre-ville. Selon les partenaires, ce dispositif vise à répondre à une demande du public, notamment celle des croisiéristes et à la nécessité de s'adapter aux nouveaux modes de consommation, comme l'avènement d'Internet.

Si la cité phocéenne a retrouvé sa croissance démographique et entrepris des travaux d'aménagement, elle conserve quelques handicaps: 1 Marseillais sur 2 ne paie pas d'impôt, et le taux de chômage y est élevé. Malgré cela, la cité phocéenne ne manque pas d'ambition: "Nous envisageons de rentrer dans le Top 20 des métropoles européennes", déclare Jean-Luc Blanc de la Chambre de commerce et d'industrie Marseille Provence. ◀