

Le luxe ne rend pas les armes

Les marques de prestige font fi des faits divers et s'implantent comme Vuitton rue Grignan

Les Kalachnikov, la crise, et un taux de chômage plutôt costaud... Ce sont plus ces clichés que celui de rivières de diamants qui font la pub de la ville en ce moment ! Et pourtant, Marseille multiplie avec volupté les invitations à l'adresse des marques de luxe. Dernière en date, Vuitton, certes déjà présente juste à côté mais qui inaugure aujourd'hui une nouvelle boutique sur trois niveaux rue Grignan. Nouveau phare d'Alexandrie des griffes de prestige, Vuitton symbolise aussi la volonté farouche de la ville de rattraper son retard. "On est encore loin de l'avenue Montaigne ou de la Riviera. Mais c'est une nécessité", note un professionnel. Mais qui sont les clients de ces marques hors de prix pour le commun des mortels ? "Les touristes... et les Marseillais. Tout le monde en fait !" Voilà le secret. Et la nouvelle donne. Confirmée par Yves Carcelle, président de Vuitton, himself. "Notre magasin à Marseille est celui qui a le nombre de clients locaux le plus important de France." Énième paradoxe d'une ville sans cesse en devenir, Marseille se paye le luxe de s'offrir les extrêmes. Même côté shopping. Les baskets à moitié prix à Belsunce le matin, et l'après-midi le dernier sac Hermès.

Agathe WESTENDORP

S'offrir une Rolex, une veste Givenchy sans aller à Paris. Répondre à ce souhait est devenu une priorité pour les professionnels du commerce de haut vol. À la clé : des emplois, de la consommation indirecte. "Il faut que Marseille se mette à l'heure du luxe, martèle Didier Bertrand de l'immobilière le Marquis, et élu à la Chambre de commerce. Il faut valoriser ce pôle luxe et le structurer en centre-ville. Le luxe, c'est la poule aux œufs d'or qu'on veut tous revendiquer !" Selon lui, il faut aussi faire jouer la concurrence. "Car il y a en plus les projets comme les Terrasses du Port avec Mauboussin ou les Voûtes (qui lorgneraient du côté de Burberry, ndr). Le centre n'a plus l'exclusivité." Et loin d'être une lubie de professionnels, le luxe est attendu avec convoitise par les clients eux-mêmes : "Il faut arrêter de se poser la question : si on implante des commerces de luxe, c'est qu'on a les clients pour. Ils habitent Marseille d'ailleurs

et ce sont souvent des néoarrivants." Pour Didier Bertrand, Marseille est en fait à un tournant, comme à l'orée du luxe, mais encore plutôt dans les marques de prestige. La nuance est fine mais réelle : Mais les marques prennent des emplacements aussi en terme d'image. "Marseille the place to be ? Elle rattrape surtout ses lacunes en la matière, longtemps concurrencée par Aix. Point clé aussi, les touristes venus du Brésil, de Russie ou d'Asie : "Cette explosion n'est qu'un début." Et les loyers s'envolent sur quelques centaines de mètres rue Grignan, décollant jusqu'à 1 400 € le m² hors taxes et charges.

Même les Galeries Lafayette font carton plein depuis leur montée en gamme : "Les premiers résultats pour le corner Gucci montrent qu'on est au-delà des objectifs fixés. Sur certains mois, le chiffre d'affaires équivaut à celui de Nantes plus celui de Bordeaux !" explique Frédéric Heulin, le tout

nouveau directeur rue Saint-Fé, persuadé du goût de Marseillais pour l'accessoire de luxe comme marqueur social. Fin septembre, un mur horlogerie avec Burberry et Gucci sera inauguré. "Tous les jours on nous demande du Prada, du Dolce !" En attendant, les Galeries, qui ont inauguré leur galerie d'art avec l'exposition "Luxe", misent sur le service : personnel shopper, salon vip, livraison voire même des partenariats avec des hôtels avec coupons de réduction à offrir.

Seul bémol à cette fête : on reste pour beaucoup dans l'opération séduction. Il faut encore convaincre du bien-fondé d'une installation à Marseille. "L'investissement dans un commerce de prestige est trois fois plus important qu'un commerce classique. Les enseignes demandent donc plus de visibilité en matière d'offres, de cohérence des marques, des flux", souligne Didier Bertrand. D'autant que le carré d'or n'est pas extensible à volonté. "La rue du prestige", cette portion de la rue Grignan entre Saint-Fé et Breteuil indiquée sur les plans touristiques a ses limites. Et puis, la ville a un talon d'Achille : sa réputation sulfureuse et ses célèbres couacs. On se souvient de l'îlot 21 de la rue de la République où on attend encore le pôle luxe. Gros souci enfin : le manque de requalification d'artères clé comme la rue Paradis. Qui a eu une conséquence directe. On annonce dans toutes les arrière-boutiques feutrées le déménagement d'Hermès qui claque la porte de la rue définitivement en 2013. Direction Grignan, à deux pas de Vuitton. Plutôt cocasse.

A.W.

awestendorp@laprovence-presse.fr

