

COMMERCE ■ Dans sa partie basse, la rue piétonne a vu de nombreux rideaux se baisser

Rue Maréchal-Foch : du haut et du bas

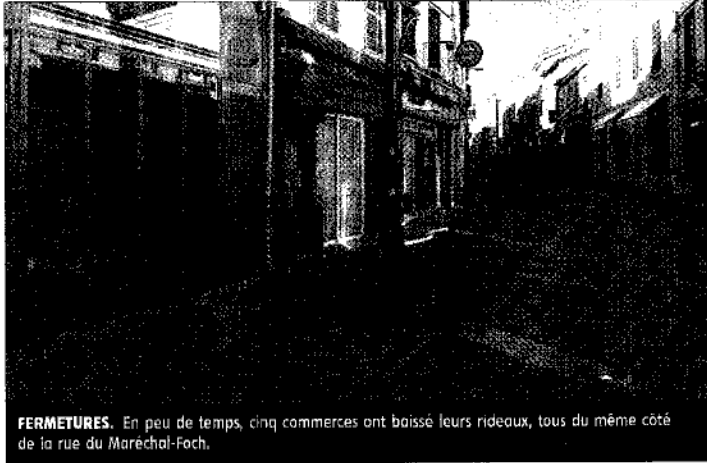
Sans toujours avancer les mêmes raisons, les commerçants font néanmoins tous le même constat : la rue est divisée en deux parties distinctes.

Julien Gardon

Et dire qu'il y a quelques années, elle s'appelait « rue du Commerce »... « Un peu comme une rue de village, on pouvait y faire toutes ses commissions, se souvient Bernard Besset, de la coutellerie éponyme, arrivé à Roanne il y a plus de 70 ans. Il y avait alors trois boucheries, des épiceries, un poissonnier... On trouvait de tout et il y avait beaucoup de vie. » Entre-temps, la rue du Commerce est devenue celle du Maréchal-Foch, elle est redevenue piétonne, mais elle manque clairement de passage. La clé de tous ses problèmes.

Une rue coupée en deux

C'est en tout cas l'avis de Jean-Michel Berne, du magasin X & O men. « Pour qu'un magasin tourne bien, il faut que du monde passe devant, c'est mathématique. Mais le manque d'attractivité de la rue Jean-Jaurès est un gros souci pour la partie basse de la rue du Maréchal-Foch, car les gens ar-



FERMETURES. En peu de temps, cinq commerces ont baissé leurs rideaux, tous du même côté de la rue du Maréchal-Foch.

rivent surtout d'en haut. » Et tournent la plupart du temps rue de Sully, qui coupe la rue piétonne en deux, ce qui crée des différences notoires de fréquentation des commerces en fonction de leur position : il n'est ainsi pas rare de trouver des stores baissés en bas, quand tous les magasins du haut sont occupés.

Le silence, « hiver comme été »

Le magasin H Legend est d'ailleurs bien placé pour évaluer cette situation. Legend junior, un magasin complémentaire pour ven-

dre sa collection de vêtements pour enfants, a en effet dû s'arrêter après quatre années d'existence, faute de passage. Aujourd'hui rapatriée dans la « boutique mère », la collection enfants a retrouvé sa clientèle dans la partie haute de la rue. « C'était une jolie boutique, ça a fait mal au cœur de la fermer, explique Catherine Bachelet, responsable de H Legend. Mais il y avait un gros problème de passage, la personne qui y travaillait écoutait le silence toute la journée. Hiver comme été, il ne se passe rien. »

Autre handicap de taille pour la rue : l'absence de grandes enseignes qui serviraient de locomotives pour les autres boutiques. Une tendance qu'il sera difficile d'inverser, car les

grands magasins nécessitent, comme leur nom l'indique, de grandes surfaces (*lire par ailleurs*). La plupart des enseignes présentes sont donc tenues par des commerçants indépendants, ce qui, pour Florian Azevedo, de MCS, peut nuire à leur image, car « contrairement à la rue Charles-de-Gaulle, vu que nous proposons des marques, on nous considère comme riches. Ce qui n'est évidemment pas le cas. »

Des banques et des propriétaires frileux

Avant d'installer un commerce, un investisseur privilégiera ainsi surtout le haut de la rue, où il n'y a pas de commerce vacant et donc une attractivité plus importante. Annie Dupont, de la Droguerie du Centre, estime que cette réputation va même encore au-delà. « Lorsque j'envisageais l'ouverture

de mon magasin, certains banquiers m'ont dit qu'ils m'auraient prêté de l'argent si j'avais été en haut. Mais pas en bas. »

Audace et courage sont donc de mise pour vendre ses produits au bas de la rue du Maréchal-Foch. La créativité également, comme pour Laurine Damais, qui s'est associée à un peu plus d'un an avec un collègue pour vendre exclusivement leurs propres créations, des objets uniques, à l'Atelier des tritres chouettes. « Cela a intéressé la propriétaire des murs, explique-t-elle, car elle ne voulait pas d'un concept classique. Sinon, le magasin serait encore vide. Certains autres propriétaires n'ont pas d'impatience pour ouvrir, alors des magasins restent vides. C'est dommage, on préférerait avoir des magasins ouverts autour de nous. » Et ainsi beaucoup plus de passage. ■

« Pas de concurrence » avec le futur centre commercial

S'ils n'ont pas toujours été favorables au projet du futur îlot Foch/Sully, dont l'ouverture est prévue fin 2019-début 2020, les commerçants de la rue piétonne misent désormais sur l'attractivité dont ils pourraient bénéficier. « Nous devons voir comment s'intégrer avec le futur centre commercial, prévoit David Cordeiro (CCI Roanne - Loire Nord). L'objectif étant évidemment d'en faire profiter le reste de la rue Foch. » Sophie

Rotkopf, élue municipale en charge du commerce, attend quant à elle « quelques têtes d'affiche », c'est-à-dire certaines très grandes enseignes dont les besoins en surface commerciale « avoisinent les 300 m² ». Des implantations qui « serviraient à la rue Maréchal-Foch, pour laquelle est prévue une grande ouverture à l'angle avec la rue de Sully », et qui « ne lui feront pas concurrence ». ■

Communication

Pointant les difficultés des commerçants « à se faire connaître », l'adjointe au maire de Roanne Sophie Rotkopf regrette que « certains fassent l'économie de l'adhésion » aux Vitrines de Roanne, union commerciale de 200 boutiques.

Une phrase

« J'ai fait vivre mon magasin, il ne me fait pas vivre », estime Annie Dupont, de la Droguerie du Centre, pour qui tenir un magasin dans le contexte actuel est « très difficile ».

Un centre attractif

Pour Jean-Michel Berne (X&O) et Florian Azevedo (MCS), Roanne dispose, malgré les difficultés évoquées, d'une offre intéressante, estimant chacun que « l'on dispose de tous les commerces qu'il faut » en centre-ville.

ÉVOLUTION ■ Autrefois fréquentée pour ses enseignes haut de gamme, la rue piétonne doit se réinventer

Des locaux commerciaux pas toujours adaptés à la demande

Alors que le prêt-à-porter émerge dans tout le reste de l'hyper-centre et en périphérie, la rue Maréchal-Foch, autrefois réputée pour ses enseignes de luxe, doit se réinventer et s'adapter.

« La vacance de locaux commerciaux est un sujet qui commence à préoccuper certaines villes de France. Plus particulièrement les villes moyennes. Il s'agit d'un phénomène qui dépasse largement Roanne », analyse David Cordeiro. Pour le conseiller commerce à la CCI du Roannais, la sous-préfecture de la Loire n'est pas la plus impactée. « D'autres sont bien plus affectées, comme Quimper par exemple, avec 20 à

25 % de vacance. Loin de ces chiffres, nous avons encore beaucoup de commerces par rapport à la taille de la ville. »

« Encore beaucoup de commerces par rapport à la taille de la ville »

« L'histoire fait qu'il y a toujours eu beaucoup de magasins à Roanne. L'érosion s'est d'abord faite « sur les faubourgs Clermont et Mulsant. Aujourd'hui, c'est le centre-ville qui est en mou-



DIFFICULTÉ. Les locaux à vendre ou à louer ne sont pas adaptés à la demande en terme de surface commerciale. LL

vement ». Et la rue Maréchal-Foch en paie « logiquement » les frais. Dans sa partie basse, de la rue de Sully à la rue Jean-

Jaurès, le haut de gamme trouvait autrefois sa clientèle. « C'est une rue où il y avait plus de magasins indépendants qu'ailleurs, ven-

de produits de marque, poursuit D. Cordeiro. Et puis il y a eu un *turn over*. Jusqu'à la rentrée de septembre 2015 où quatre-vingt boutiques ont baissé le rideau en même temps. »

« Des emplacements plus grands »

Ces locaux laissés vacants ne correspondent pas aux besoins des investisseurs potentiels. À savoir, essentiellement les grandes enseignes nationales de prêt-à-porter qui ont fait leur apparition et dominent désormais largement les centres-villes comme les périphéries. « Il leur faut des emplacements plus grands », relève le représentant de la

chambre de commerce et d'industrie qui préconise de « trouver un équilibre entre l'offre et la demande ». Un objectif pour lequel la CCI prévoit « à court terme » de rencontrer les agents immobiliers et les propriétaires. « Seront-ils prêts à relouer pour d'autres activités ? A procéder à des modifications ? À changer les baux commerciaux qui ne permettent pas tout ?... »

Reste une autre question en suspens : y aura-t-il des investisseurs ? « Dans la conjoncture actuelle et le niveau de vie des ménages, le métier de commerçant fait face à des difficultés, notamment chez les indépendants. » ■

Laurie Iothier