

SAINT-ÉTIENNE DU DESIGN POUR BOOSTER LE COMMERCE

Oui, le centre-ville de Saint-Etienne abrite de beaux concepts. Oui, les enseignes n'ont jamais autant été emballées par la ville de 170 000 habitants. Non, Saint-Etienne ne se résume pas à une équipe de foot et non, la ville n'est pas sinistrée. Les Stéphanois veulent se débarrasser des clichés qui leur collent à la peau et faire découvrir leur centre-ville sous son meilleur jour.

«**T**u vas à Saint-Etienne ? Ah...» Le «ah» en dit long de la part d'un collègue dont la dernière image de la ville date d'il y a bien... une dizaine d'années. Pas très motivant, tout de même ! Mais allons voir de quoi il retourne...
Direction, donc, Saint-Etienne, à la

découverte de son centre-ville. L'arrivée à Saint-Etienne-Châteaucreux se fait sous un ciel bleu. La gare ressemble à une maison bourgeoise et son parvis accueille le voyageur avec un gigantesque signal : «Euro2016».

Sur le chemin de l'hypercentre, rien de bien excitant commercialement parlant jusqu'aux rues principales. Elles se nomment Alsace-Lorraine, Gambetta, Michelet, Général-Foy, place du Peuple... Les enseignes «classiques et incontournables» de centre-ville sont en partie déjà présentes : H&M, Zara, Vertbaudet, Fnac, La Grande Récré...

Elles sont animées, l'accueil est sympathique à chaque pas-de-porte franchi. Curieusement, la ville souffre d'un déficit d'image et les Stéphanois en ont marre. Marre d'avoir des clichés vieux de 50 ans qui leur collent à la peau. A commencer par le : «Qui c'est, les plus forts ? Evidem-

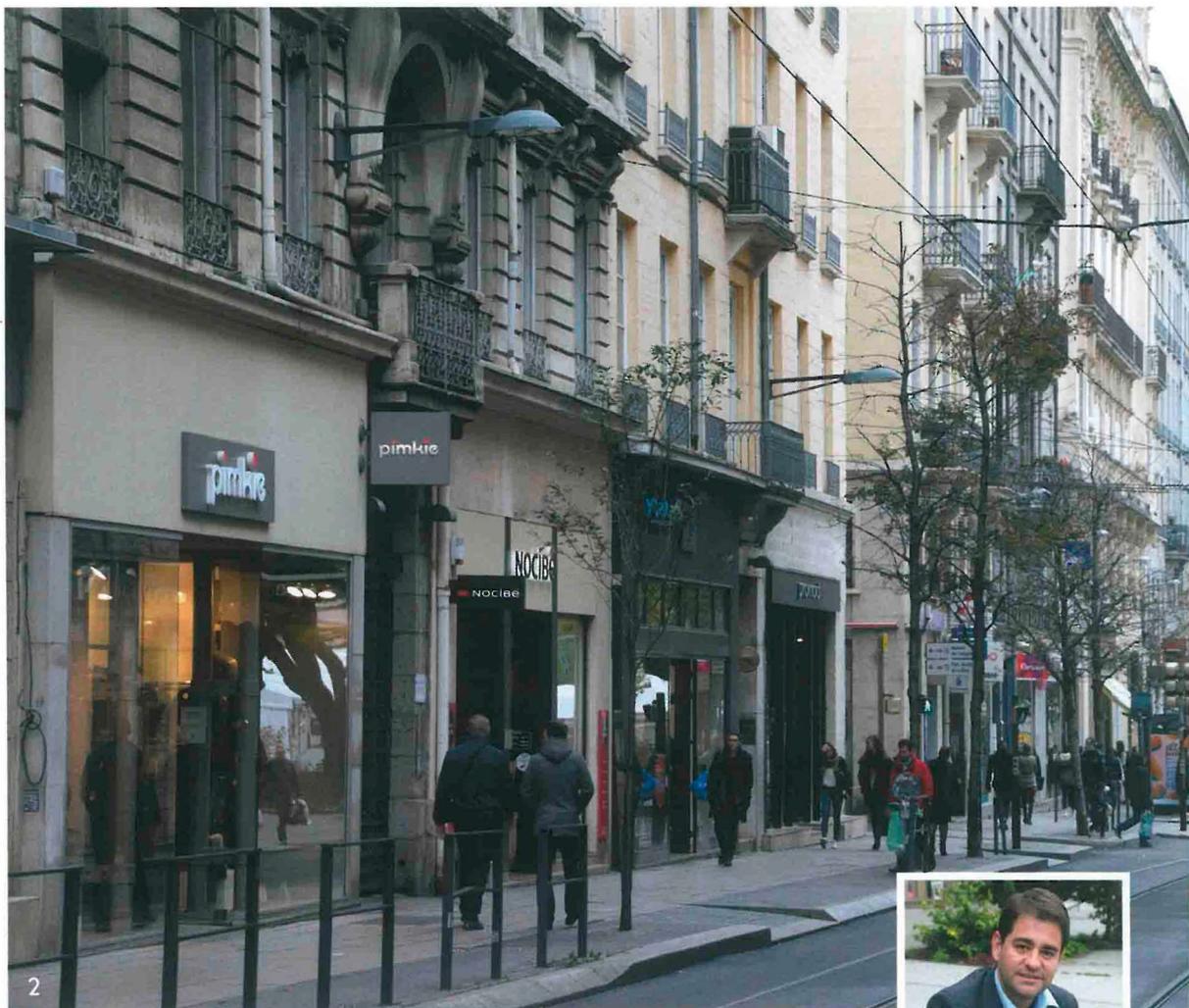


Gaël Perdreau, maire de Saint-Etienne, a mis l'aura de la cité au cœur de son mandat. «C'est un ensemble : un centre-ville n'est pas seulement attractif parce qu'il a une belle offre marchande, c'est un ensemble de paramètres à mettre en place : il doit être propre, accessible, animé, dynamique et design.»

1 - La rue Léon-Nautin accueille pas mal d'indépendants, à deux pas de la place des Ursules, comme Modern Kitchen, Lea Boutique, Urban Kids, Estelle H...

2 - La rue du Général-Foy est la rue principale n°1 de Saint-Etienne. Elle abrite des enseignes nationales comme Pimkie, Nocibé, Générale d'Optique, Yves Rocher.

3 - La chocolaterie stéphanoise Weiss a sa boutique rue du Général-Foy et son atelier rue... Eugène-Weiss. Le point de vente propose des tablettes aux couleurs modernes et de multiples produits aux packaging tendance.



Michel Mérieux et son fils Michaël (notre photo) du Cabinet Mérieux défendent le centre-ville et la périphérie comme personne, en essayant d'y implanter des commerces de qualité. Demain les Vins, un bar - cave à vins, vient d'ouvrir cours Jovin-Bouchard. Un concept léché extrêmement sympathique.

ment, c'est les Verts!» C'est bon les gars, Dominique Rocheteau, c'était les années 70. C'était bien, c'était sympa, mais on est en 2015. Il est temps de tourner la page ! Du maire aux conseillers municipaux, en passant par le manager de centre-ville, les commerçants et les conseils immobiliers : tous parlent d'une même voix. Une démarche proactive qui rappelle celle de Mulhouse, avec des gens passionnés, qui défendent leur ville à cor et à cri. Gaël Perdriau, alias monsieur le Maire, a donc mis l'aura de la cité au cœur de son mandat. «C'est un ensemble : un centre-ville n'est pas seulement attractif parce qu'il a une belle offre marchande, c'est un ensemble de paramètres à mettre en place : il doit être propre, accessible,

animé, dynamique et design. Le commerce est donc au cœur de mon mandat. Il faut favoriser l'implantation de nouvelles enseignes, organiser le cœur comme un mall à ciel ouvert, créer de nouvelles places de parking en surface et en souterrain, faciliter le stationnement par des plages de gratuité, développer les animations et les associations de commerçants.» Une feuille de route qu'il explique et applique avec détermination d'une même voix avec Lionel Saugues, son adjoint au Commerce. Et la démarche semble porter ses fruits : depuis dix-huit mois, les enseignes reviennent en centre-ville et en périphérie. Tati a ouvert dans la zone Monthieu (à l'est), Jd Sports à Centre Deux (au sud), Histoire d'Or rue du Général-Foy, Kfc du côté de Méons. Depuis l'été, Bagelstein et Mango Kids ont encore posé leurs valises aux Ursules, G-Star est arrivé plus récemment. Carrefour Market s'est installé à Montplaisir, Adidas avenue de la Libération, Kiko à Centre Deux, Le Bourget-Well et Geox ont investi la place du Peuple, Jennyfer est face aux Ursules. Un retour au bercail de Monoprix après vingt-deux ans d'absence est même annoncé place du Peuple. Ces nouvelles implantations, pour la plu-

part d'enseignes nationales, viennent s'ajouter à des indépendants particulièrement remarquables : La Droguerie de la Tour vient de se rénover et c'est un petit bijou niché dans une tour (vestige des remparts de la ville), place du Peuple. Quatre générations se sont succédé à sa tête depuis... 1820. Du haut de ses deux siècles, elle est d'une modernité absolue. Autre success-story : Cadeau Maestro. Un e-commerçant qui a fait le choix d'une vraie boutique, rue Michelet. Spécialiste du cadeau, de l'objet insolite, design, pratique ou juste ludique, il affiche fièrement son statut stéphanois sur son site : «Et

MÉRIEUX : UN CONSEIL AU SERVICE DE SA VILLE ET DE SON COMMERCE

Rue	Activité	Surface	Droit au bail	Loyer
Av. de la Libération	Vêtement et sport	180 m ²	180 000 €	35 000 €
Place du peuple	Cosmétique	120 m ²	200 000 €	24 000 €
Place du peuple	Chaussure	150 m ²	Néant	47 000 €
Rue Gambetta	Boulangerie	150+120 m ²	130 000 €	24 000 €
Rue Michelet	Vêtement	45 m ²	120 000 €	15 000 €
Rue Michelet	Vêtement	95m ² +30 m ²	140 000 €	14 400 €





Lionel Saugues, adjoint au maire, défend sa ville avec conviction. Il porte le concours Commerce Design Saint-Etienne qui récompense, depuis 2003 et tous les deux ans, les commerçants et les artisans «pour la qualité du design intérieur et extérieur de leur boutique, réalisée par un professionnel du design».

non, votre boutique préférée de cadeaux n'est pas à Paris, mais à Saint-Etienne, la capitale du design !» Autre belle histoire stéphanoise, celle de Mary's Coffee Shop. Une enseigne locale qui n'a franchement rien à envier à Starbucks... Après la rue Léon-Nautin et la rue Cuvier, le concept va ouvrir un troisième établissement dans les Galeries Dorian : 250 m² sur deux niveaux de milk-shakes, cookies, muffins, bagels et hot-dogs.

Finalement, des concepts aussi sympathiques, on peut en découvrir tout un tas dans le centre-ville. Par exemple, l'étonnant Arthur&John Barber Shop ou encore le salon de coiffure Sébastien Couturier...

Reste qu'il manque quelque chose ! Parce qu'on aurait bien rapporté un petit souvenir (les clichés sont tenaces, non ?), un truc qui rappellerait je ne sais pas, moi... les Verts ! Rien, pourtant, avant le stade Geoffroy-Guichard, qui n'est pas précisément au cœur de la ville... Penalty ! Saint-Etienne, qui accueillera quatre matches dans le cadre de l'Euro 2016, devrait pourtant surfer sur la vague, profiter du flux de supporters et imaginer une boutique éphémère... à titulariser. De quoi trouver un bon buteur à l'équipe du commerce stéphanois qui, désormais, joue l'offensive !

Agnès Galli



DES COMMERCES DYNAMIQUES ET DU DESIGN EN PLUS !

Ange&Lux (luminares), Hôtel Continental, Arthur&John Barber Shop (barbier, coiffeur), L'Insens (restaurant), Bagelstein (restauration rapide), Les Poteaux Carrés (hôtel-restaurant), Chez Marinette (salon de thé), n°31 (chaussures et accessoires), Cui'z'in sur Cours (cours de cuisine, caviste), Sébastien Couturier (coiffure) ont un point commun : ces dix enseignes sont lauréates du concours biennal Commerce Design qui réunissait cette année 50 candidats. Elles ont reçu leur prix le 3 novembre... au stade Geoffroy-Guichard. Il s'agit de récompenser les commerçants et artisans stéphanois «pour la qualité de l'aménagement intérieur et extérieur de leur établissement», précise Lionel Saugues, adjoint au maire. Les seules contraintes pour participer : exploiter une surface inférieure à 500 m² et avoir utilisé les services d'un designer, architecte ou décorateur. Le public vote par la suite pour élire son enseigne coup de cœur, ce qui permet d'accroître l'image, la notoriété et la fréquentation des établissements primés. A.G.





LES URSULES ? C'EST L'ARLÉSIENNE DE SAINT-ÉTIENNE

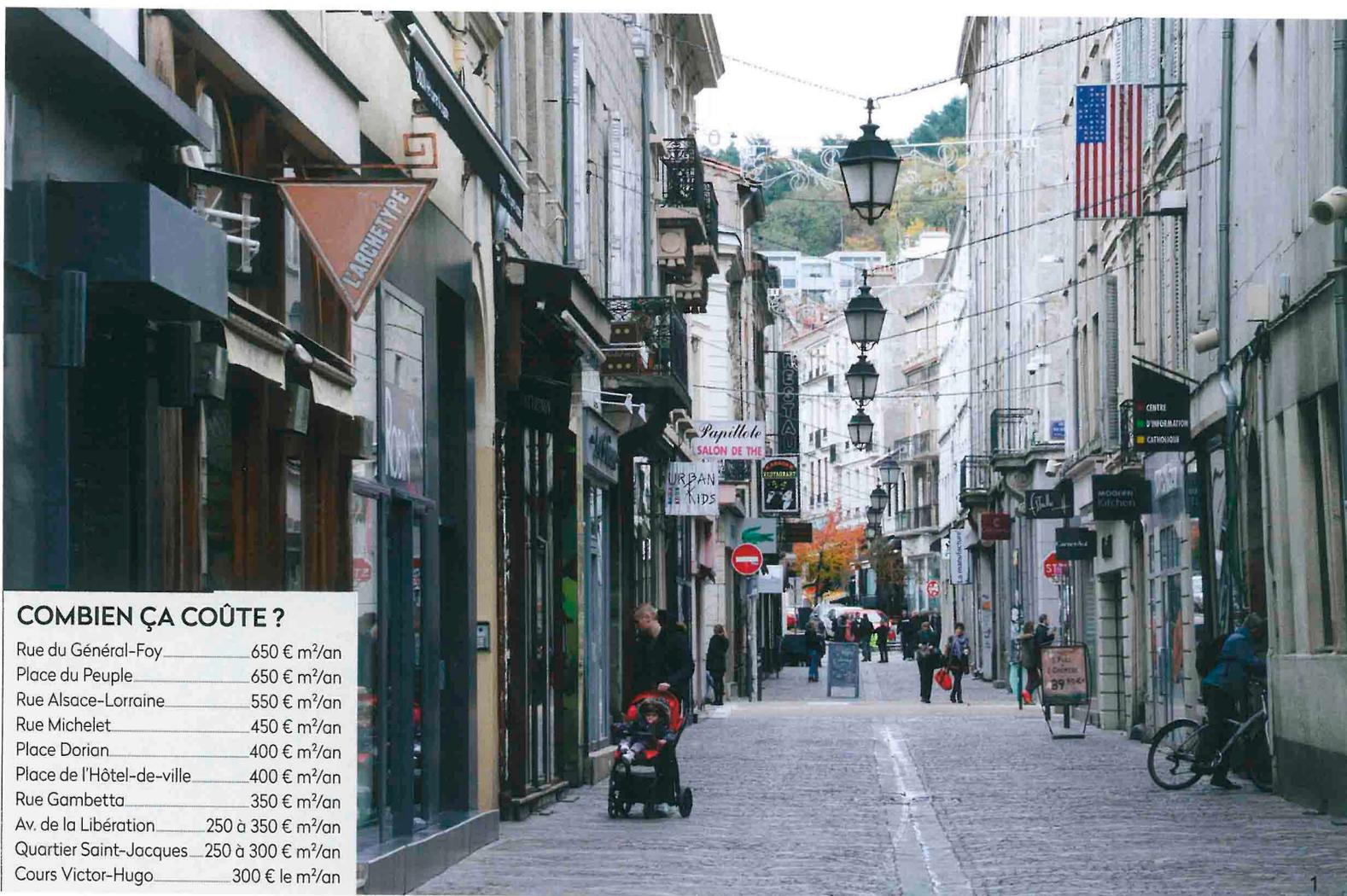
Situé à l'angle de la rue Ronsard et de la place des Ursules, le programme des Ursules c'est l'arlésienne à Saint-Étienne. Certains considèrent déjà le bâtiment comme «une erreur architecturale». Depuis 2006, des projets ont été travaillés et retravaillés. Aujourd'hui, la municipalité préfère ajourner celui-ci. Un accord avec Vinci Park a été passé pour gérer le parking et un autre avec Mg pour la gestion des commerces. Les façades viennent tout juste d'être modernisées le long du cours Victor-Hugo. Les enseignes ont été traitées de façon homogène pour un ensemble cohérent et harmonieux. Plus agréable, plus moderne, plus plaisant pour accueillir Bagelstein, Mango Kids, Damart, G-Star, Lynx Optic. Tout de même... A.G.

1 - Le centre-ville regorge d'indépendants remarquables, comme La Droguerie de la Tour. Niché dans une tour (vestige des remparts de la ville), place du Peuple, le point de vente vient d'être rénové. Des drogueries comme celle-ci, on aimerait en croiser à chaque coin de rue !

2 - H&M est présent en centre-ville, rue Gambetta, mais aussi à Centre Deux, en périphérie.

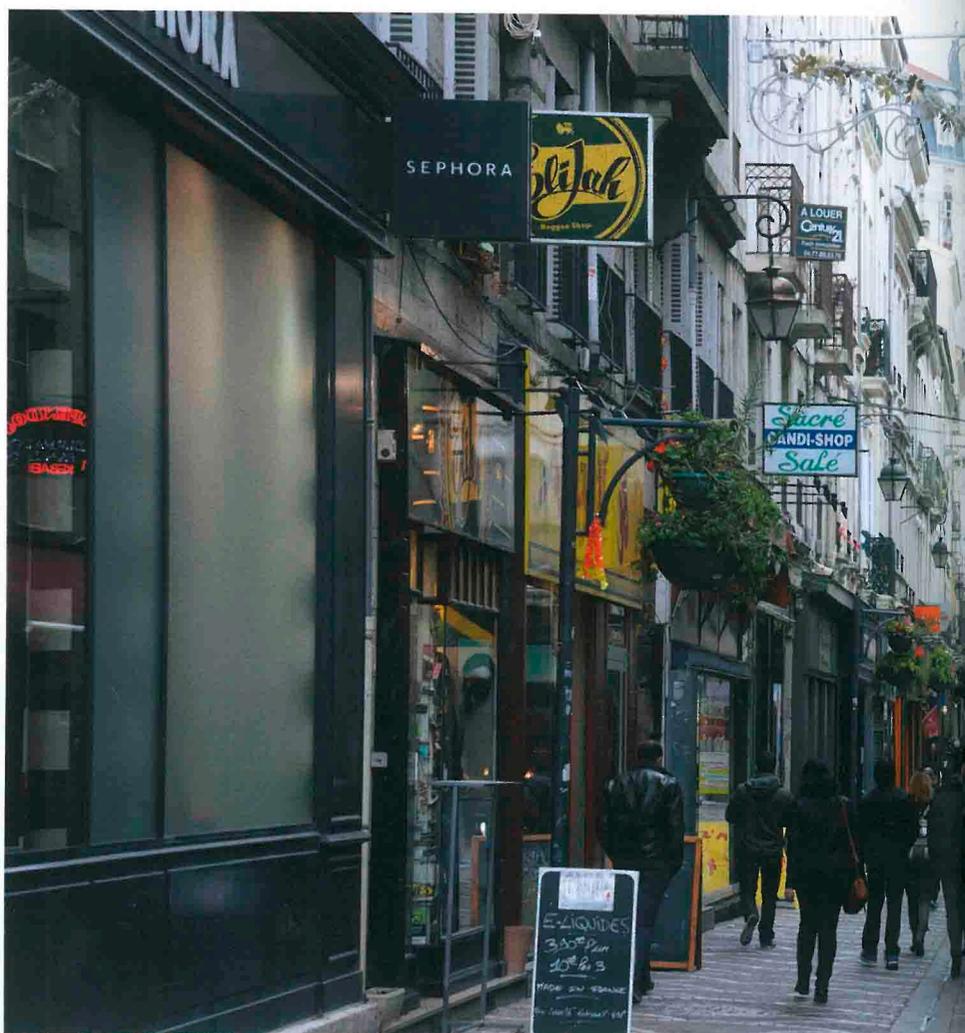
3 - Les Ursules ont été rénovées avec des façades et des vitrines un peu plus accueillantes. Lynx Optique, Bagelstein, G-Star ou encore Mango Kids réveillent les lieux.





COMBIEN ÇA COÛTE ?

Rue du Général-Foy	650 € m ² /an
Place du Peuple	650 € m ² /an
Rue Alsace-Lorraine	550 € m ² /an
Rue Michelet	450 € m ² /an
Place Dorian	400 € m ² /an
Place de l'Hôtel-de-ville	400 € m ² /an
Rue Gambetta	350 € m ² /an
Av. de la Libération	250 à 350 € m ² /an
Quartier Saint-Jacques	250 à 300 € m ² /an
Cours Victor-Hugo	300 € le m ² /an





LE SAVIEZ-VOUS ?

- ❶ Le stade de l'AS Saint-Etienne, le «Chaudron», porte toujours le nom du fondateur du Groupe Casino : Geoffroy Guichard.
- ❷ Le maillot des Stéphanois est vert car, à l'origine, le club du Forez est d'abord né sous le nom d'Amicale des employés de la Société Casino, qui a tout naturellement conservé la couleur de l'entreprise.
- ❸ Saint-Etienne est ville Unesco du Design (comme Séoul, Shanghai, Montréal...).
- ❹ Saint-Etienne est la première ville de France à avoir importé le concept Commerce Design de Montréal (Québec).
- ❺ Le timbre officiel de la Cop21 a été dessiné par une étudiante de Saint-Etienne..

1 - Le centre-ville réalise un chiffre d'affaires de 264 millions, le secteur Villars (au nord) 418 millions, Monthieu-Pont-de-l'Âne (à l'est) 239 millions, zone Centre Deux (au sud) 221 millions. Soit 1,142 milliard de chiffres d'affaires cumulés.

2 - 3 - L'arrivée de Monoprix, ajoutée à celles d'Adidas, G-Star et de Le Bourget, devrait booster la place du Peuple. Aux Ursules, Bagelstein, emmenée par Julie Dietsch-Nion, séduit tous types de clientèles avec ses bagels revisités.

4 - L'arrivée à la gare de Saint-Etienne-Châteaueux donne le ton. La cité rappelle qu'elle fait partie des villes qui comptent en France en accueillant l'Euro 2016 !

5 - Certaines enseignes, comme H&M et Vertbaudet, s'offrent de beaux pieds d'immeuble en centre-ville. Car oui, Saint-Etienne a du cachet...