

Le Griffon

Important :

*Ce dossier étant composé de pages doubles,
pour un meilleur confort de lecture du fichier PDF,
choisissez dans la rubrique «Affichage»,
l'option «continue page double».*

Avant goût des

Le futur **centre commercial** comptera quatre moyennes surfaces et une vingtaine de boutiques, qui ont choisi cet emplacement pour son **attractivité**. Il participera à la redynamisation du centre-ville.

centre ville

Les Champs ouvriront en septembre. Les nouvelles enseignes créeront l'événement à Saint-Brieuc et au-delà, puisque le but est bien d'élargir la clientèle du centre-ville. La liste n'est pas encore complète, mais de nouvelles signatures étaient attendues en juin par le promoteur Spie Batignolles Immobilier / Ing Real Estate. D'ores et déjà, H&M, ChaPitre.com et Monoprix, nous expliquent pourquoi ils ont choisi Les Champs.

Chez Monoprix, le personnel comme les fidèles clients ont hâte de découvrir leur nouveau magasin. Implanté depuis 54 ans dans le passage de La Poste, Monoprix s'installe dans du neuf... «*La surface de vente (1400 m²), les produits mis en rayons resteront identiques, mais nous serons sur un seul niveau, dans un espace repensé, épuré, aéré... et sans les nombreux recoins actuels. Ce sera plus confortable pour tout le monde, dit Didier Piéto, directeur à Saint-Brieuc. Nous bénéficierons du parking, avec un accès direct à Monoprix.*» La mise en valeur des produits sera modernisée. Et le magasin proposera des services, par exemple la livraison à domicile. Le personnel passe de 35 à 40 équivalents



© Reichert & Robert & Associés



© Chapitre.com

temps plein et travaillera dans de meilleures conditions. «*Aujourd'hui nous stockons sur trois à quatre étages. Demain, les réserves seront rassemblées en sous-sol.*» Monoprix, qui investit dans Les Champs, en attend un développement de son chiffre d'affaires. Briochin d'origine, Didier Piéto croit dans ce projet : «*Le centre-ville a perdu des commerces et des clients au fil des ans. Les nouvelles enseignes amèneront du monde. Ce centre commercial est une belle opportunité pour Saint-Brieuc.*»

Des locomotives

Une opportunité d'autant que des locomotives telles que H&M sont présentes. Sur son seul nom, la marque de prêt-à-porter drai-

nera du monde. Elle n'était pas présente en Côtes d'Armor et a donc choisi Saint-Brieuc. «*H&M souhaite s'implanter dans les emplacements dits numéro 1 : les centres-villes ou les centres commerciaux générant un fort trafic. Elle ne pouvait être que séduite par ce projet d'implantation place du Champ de Mars, au cœur de la ville*» dit la direction de la communication. Son magasin proposera, sur 1600 m² de surface de vente, des lignes pour les hommes, les femmes et les enfants.

L'enseigne culturelle est également très attendue. Ce sera ChaPitre.com, du groupe Bertelsmann tout comme France Loisirs. Elle s'est fait un nom sur son site internet de vente en ligne mais aussi désormais dans

Champs



© Cf

- En haut à gauche, l'allée couverte qui prolonge la rue du Général Leclerc.
- A gauche, un magasin Cha[^]pitre.com.
- Ci dessus, Didier Piéto, directeur de Monoprix Saint-Brieuc.

une soixantaine de villes, où elle a généralement repris des librairies traditionnelles. Forte de cette expérience, elle implante de nouveaux projets. «Si internet s'est beaucoup développé dans ce secteur, il reste de la place pour l'achat plaisir, en magasin, au fil des déambulations». A ce titre, le choix d'une «implantation en centre-ville, près du théâtre, de la bibliothèque, des rues traditionnelles» n'est pas le fait

du hasard, explique Eric Bertolone, directeur immobilier : «Ici, on ne sera pas dans un centre anonyme». A Saint-Brieuc, Cha[^]Pitre.com s'installe sur deux niveaux (1305m²). Le magasin regroupera les activités de livre, papeterie, musique, vidéo, des espaces Photocité et France Loisirs. L'enseigne mise sur la synergie entre la vente en magasin, internet et l'activité club. 25 professionnels animeront cette moyenne surface.

Des recrutements avec le pôle emploi

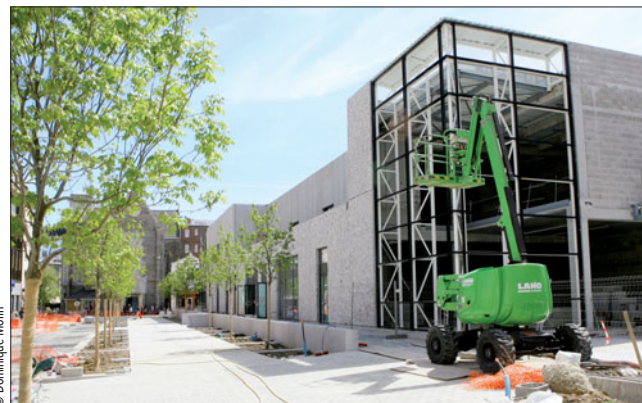
Le Pôle Emploi a travaillé en lien avec la mairie, pour prendre contact avec les enseignes et les accompagner dans les recrutements, définir les profils de poste, sélectionner les candidatures pouvant y correspondre. Toutes les enseignes ont fait appel à lui. Et fin mai une cinquantaine de CDI (contrat à durée indéterminée) étaient sur les rails.

«Nous avons reçu des candidatures spontanées dès le début des travaux, que nous lui avons transmises», précise Charline Geffroy, du service des affaires commerciales de la Ville. «Les Champs ont suscité une très grande attente, confirme Olivier Chesneau, responsable de l'équipe commerciale au sein du Pôle Emploi. Nous avons traité 800 CV en deux mois».

Il faut dire que 140 à 160 personnes seront employées dans le centre commercial. Et si une partie de l'encadrement est sélectionnée par promotion interne dans les enseignes, les Champs créeront aussi des emplois de proximité, ouverts à des Briochins et autres habitants de l'agglomération. «C'est le cas notamment pour des postes de vendeurs», dit Laurent Maire-Richard, responsable du recrutement chez H&M France, sachant que ce dernier demande une expérience de deux ans pour les personnes sous CDI. En juin, la plupart des enseignes étaient déjà bien avancées dans les recrutements. ■

Quelques chiffres et dates

- Au total, les Champs compteront quatre moyennes surfaces et une vingtaine de boutiques, ainsi que trois enseignes de restauration, sur 8240 m² de surface de vente.
- Les Champs seront exploités par Urbanisme & Commerce, qui assurera, en lien avec les enseignes présentes, l'animation, l'entretien, la sécurité, bref le bon fonctionnement du centre. Cette société gère déjà La Visitation à Rennes.
- Le parking de Q Park offrira 643 places sur deux niveaux en sous-sol et desservira le centre par des escalators.
- L'aménagement des abords se poursuivra cet été rue Saint-François ; il restera quelques travaux rue Sainte-Barbe en septembre. Quant au jardin de la place Allende, le chantier a commencé fin mai.
- L'ouverture des Champs est programmée le 2 septembre. De nombreuses animations ponctueront l'événement, sur lequel nous reviendrons bien sûr dans notre prochain numéro.



© Dominique Moïni

Elisabeth Séité : « un projet urbain pour le centre-ville »

Les Champs ouvrent en septembre. Qu'en attendez-vous ?

Ce centre commercial vient compléter et étoffer l'offre commerciale de Saint-Brieuc, grâce à quatre moyennes surfaces, une vingtaine de boutiques, parmi lesquelles des franchises locomotives, ainsi que trois restaurants. Le but est d'attirer une large clientèle, y compris des personnes qui allaient à Rennes. Le parking de 640 places permettra de répondre à la demande de stationnement. Mais notre but n'est pas que les gens viennent, se garent et restent dans le centre commercial. Les Champs doivent être une locomotive pour l'ensemble du centre-ville. Ce projet général d'aménagement urbain a été pensé dans ce sens : il vise la redynamisation du centre-ville de Saint-Brieuc.



© Olivier Tanguy

Elisabeth Séité, maire adjointe en charge du Commerce, du tourisme et de l'animation de la Ville.

Comment la Ville compte-t-elle, justement, créer des synergies avec le centre-ville de Saint-Brieuc et ses commerces ?

Tout a été conçu pour inciter les visiteurs à sortir du centre commercial, en premier lieu les abords, réalisés par la Ville. L'espace laissé aux piétons rues Saint-François et Sainte-Barbe, ainsi que la création d'un jardin public place Allende sont des invitations à la promenade. L'architecture du centre commercial sera aussi un atout : il est très ouvert, grâce à quatre entrées et sorties donnant sur la rue Saint-Guillaume, la rue du Général Leclerc, la rue du 7^e RI et le jardin Allende, ce qui permettra d'irriguer le

coeur de ville. Enfin l'accent sera mis sur les animations. L'inauguration créera l'événement. Nous attirerons beaucoup de monde à cette occasion. Mais au delà, nous travaillons sur des animations dans les rues, pas seulement rue Saint-Guillaume, en lien avec les commerçants. Elles se prolongeront après l'ouverture des Champs, jusqu'à Noël. Par ce biais, nous inviterons les gens à redécouvrir Saint-Brieuc, ses commerces, son centre historique, son marché, ses halles. Plus largement, ce sera l'occasion d'afficher le dynamisme d'une ville qui change, qui

bouge. L'inauguration de la scène de musiques actuelles de la Citrouille, dans la foulée de l'ouverture des Champs, sera là pour en témoigner.

Le chantier entame sa dernière ligne droite. Comment se sont déroulés les travaux ?

Les travaux ont duré plus de deux ans et l'on peut dire que ce chantier d'envergure s'est bien passé. Légitimement, les commerçants craignaient cette période. Nous avons fait tout notre possible pour les accompagner. Le parking des Promenades a ouvert avant le début des travaux ; nous avons mis en place, en collaboration avec l'Union du Commerce, une opération pour offrir une heure de stationnement gratuite pour les automobilistes. Nous avons créé un poste, celui de Charline Geffroy, une interlocutrice privilégiée pour les commerçants ; elle a fait le lien avec les conducteurs de travaux. Nous sommes dans la période la plus délicate, l'aménagement des abords. Le chantier est organisé par phases, pour limiter les désagréments et conserver l'accès aux commerces. Nous sommes conscients des difficultés que cela peut toutefois occasionner et nous pouvons vraiment remercier les commerçants de leur compréhension.

« Un grand parking », un « chantier impressionnant », ce sont les termes qui reviennent le plus souvent chez les commerçants des rues adjacentes et de l'Union du Commerce qui ont eu l'occasion de visiter le chantier en mai dernier, guidés par l'architecte.



© Olivier Tanguy

Une nouvelle carte «Boutik»

«Boutik», c'est le nom de baptême de la nouvelle carte de fidélité commune aux Vitrites et à Élégance et Distinction. Les deux associations de commerçants unissent leurs forces pour proposer désormais des avantages dans une soixantaine de magasins, à terme davantage : «différentes enseignes se montrent d'ores et déjà intéressées», dit André Morcel. Plus les commerces sont nombreux à adhérer, plus Boutik sera attractive : «60 contre 30 à 35 auparavant pour chacune des cartes, c'est déjà beaucoup. Les clients pourront

l'utiliser davantage et donc accumuler plus rapidement des points».

Depuis le 13 juin, chacun peut demander la carte «Boutik» dans les magasins affichant le visuel. Elle est utilisable tout de suite. Les points se transforment en euros à utiliser pour ses emplettes, dès lors que 12 achats sont atteints dans l'année.

«A terme, nous développerons sans doute d'autres avantages, des chèques-cadeaux par exemple. Il nous faut d'abord roder Boutik.»



© Chiles et Stratégies

Les commerçants affichent leur dynamisme



Pour André Morcel, les commerçants doivent animer le centre-ville, proposer des services, et travailler avec le nouveau centre commercial.

Le nouveau centre commercial va à l'évidence modifier la donne en centre-ville. Les commerçants se repositionnent, comme en témoigne l'effervescence dans les rues adjacentes, ces derniers temps : déplacement et création d'enseignes, agrandissements et rénovations... Lancée mi-juin, la carte unique Boutik témoigne de cette volonté de prendre les devants par rapport à un contexte nouveau. André Morcel, président de l'Union du commerce - Les Vitrites, entend aussi travailler «avec le nouveau centre commercial».

«Au départ, il y a 10 ans, on était plutôt inquiet. Aujourd'hui on est attentif. Les Champs s'intègrent bien dans le paysage, ne présentent pas de couleurs agressives. L'aménagement des abords permet de moderniser l'image de la ville. Le centre commercial est là, il faut le faire vivre, qu'il vive avec nous, pour éviter que les gens n'aillent ailleurs, à Rennes par exemple. Nous avons intérêt à collaborer. Les Champs peuvent nous permettre de récupérer 7 à 8 % de consommateurs. Au départ il aura l'attrait du neuf, il créera

l'événement. A nous de faire en sorte d'animer la ville, pour inciter cette clientèle à se promener dans les rues.» Avant même l'ouverture, les Vitrites agrémentent leur braderie d'une foire aux peintres et la déplacent les 24 et 25 juillet, en fin de soldes, «ce qui paraît plus logique».

Les commerçants du centre-ville misent aussi sur les services. «La nouvelle carte Boutik, commune aux Vitrites et à Élégance et Distinction, constitue une belle avancée (lire ci-dessus). Il nous faut aussi réfléchir à l'ouverture des commerces le midi : ce sera le cas dans Les Champs. Je l'ai moi-même testée dans mon magasin en décembre, témoigne André Morcel. C'est porteur : les gens qui restent en ville flânent, entrent dans les boutiques sans forcément un achat précis en tête, mais peuvent se laisser tenter. Bien sûr ce n'est pas possible pour tout le monde, il faut avoir du personnel, mais il nous faut étudier la question».

Enfin les Vitrites éditent des affiches pour créer à nouveau l'événement autour de grandes dates comme Noël, la Saint-Valentin, la fête des mères... L'union du commerce compte sur la mobilisation de tous, y compris à travers les adhésions. «C'est important pour pouvoir monter des opérations».

- Braderie les 24 et 25 juillet.
Foire aux peintres le 24 juillet,
place de la Résistance.