

Mise à jour 10:56

LE FIGARO · fr

ACTUALITÉ ÉCONOMIE CULTURE

ÉCO-BOURSE

› Conjoncture › Bourse › Sociétés › Taux, Devises
› Sicav, FCP › Médias › Dérivés › Mat.Premières

PATRIMOINE

› Immobilier › Retraite › Imp
› Assurance › Placement › Cor

Exemples : Politique, Grippe A, Auto, FigaroScope, Immobilier

Rechercher un article

CFD, FOREX, ACTIONS


Trading sur plus de 23 places boursières
internationales... avec une banque Française !



Apple, Hema, Uniqlo, les nouvelles locomotives

Mots clés : Hema, Uniqlo, Apple

Par  Florentin Collomp

01/03/2010 | Mise à jour : 10:31  Réagir



Le magasin Apple Store au Carrousel du Louvre, à Paris, est devenu une «destination» à part entière. Crédits photo : AFP

Au-delà des boutiques, les centres commerciaux cherchent aussi à innover en termes de services.

Un hyper comme locomotive, 80 % de valeurs sûres (H&M, Zara, Sephora, Fnac...) et 20 % d'indépendants : le cocktail habituel des gestionnaires de centres commerciaux a besoin d'un peu de piment. Plus ils se concurrencent, plus ils doivent chercher à se différencier. H&M peut attirer les clients dans une zone où il n'était pas encore arrivé mais, quand il y en a déjà trois ou quatre dans la région, ça ne suffit plus. New Look, le leader anglais de la mode à petits prix, prend le relais depuis son arrivée en France il y a quatre ans. Après vingt magasins, il va ouvrir en mars dans un nouveau centre développé par Ikea à Bry-sur-Marne et un peu plus tard cette année à la Part-Dieu à Lyon. Son compatriote discount Primark fait rêver les promoteurs, mais il tarde à se décider à venir en France. Après son énorme succès au centre de Paris et, dans une moindre dimension, à la Défense, le japonais **Uniqlo** est lui aussi fort courtisé.

Le leader européen des centres commerciaux Unibail-Rodamco (Forum des Halles, 4 Temps, Lyon Part-Dieu, Parly 2, Vélizy 2, Bordeaux-Merignac...) cherche en permanence à renouveler son offre. Avec **l'Apple Store** au Carrousel du Louvre, il a décroché le pactole. La fréquentation du centre parisien a bondi grâce à ce nouveau magasin devenu une «destination» à part entière.

«Garderie pour hommes»

Unibail a aussi fait venir la griffe espagnole tendance Desigual aux 4 Temps. Les cosmétiques haut de gamme MAC, après s'être implantés dans les quartiers chics, se lancent maintenant dans les galeries commerciales, notamment à Rosny 2 dans le populaire 93. Au-delà de la mode à tous crins, on peut noter aussi l'arrivée de la galerie d'art à prix accessibles Arteum (Carré Sénart, Cnit), lauréat du prix de l'enseigne innovante organisé par Unibail.

Autre nouveau venu, Hema a ouvert à Créteil Soleil il y a un an et devrait ouvrir cinq autres magasins cette année, notamment à Valenciennes, Lille et Rosny 2. Il s'agit de moyennes surfaces venues des Pays-Bas (500 magasins) qui vendent des articles design pour la maison, la cuisine, la salle de bains ou des vêtements à prix très abordables.

Au-delà des boutiques, les centres commerciaux cherchent aussi à innover en termes de services. «Nous devons évoluer de lieux où l'on consomme vers des lieux de vie et de sens», estime Aline Sylla-Walbaum, directrice déléguée d'Unibail. Ainsi, on peut désormais y trouver voiturier, cours de cuisine, garderies pour les enfants, voire, pendant les soldes, des «garderies pour hommes», avec barbier, cireur de chaussures et jeux vidéo, car «l'homme est un frein à la consommation de la femme».

Le cinéma est appelé à se développer pour approfondir ce concept de «retailtainment» (commerce-loisir). L'enjeu : faire revenir les consommateurs en leur proposant plus que ce qu'ils peuvent tranquillement acheter en ligne depuis chez eux.
