



## Marseille - Rue de la République

# Plus belle la rue

**I**l n'y en a pas beaucoup qui auraient parié sur la rue de la République. Peu s'y sont, en tous les cas, risqués. Cette artère longue d'1,2 km a longtemps laissé les investisseurs sceptiques. La faute à un bâti trop dégradé et des commerces qui laissaient à désirer. Mais Euroméditerranée a redonné sa chance à cet axe incontournable de Marseille. La reconquête est aujourd'hui en marche.

Par Sophie Da Costa

Les rares qui se sont frottés à la rue de la République le reconnaissent sans mal : l'axe est compliqué. Trop long, trop dégradé... : l'artère qui relie le Vieux-Port à la Joliette revient de loin. Pour mesurer toute la complexité de cet axe central à Marseille, il faut revenir sur son histoire, la seule capable d'expliquer tout le paradoxe de cette rue au bâti remarquable, mais qui souffre d'une image négative durablement inscrite dans l'imaginaire collectif. A l'origine, la construction d'immeubles haussmanniens visait à faire revenir la bourgeoisie dans ce quartier délaissé de

Marseille. Mais la rue, trop proche des activités bruyantes du port, n'attirera pas les populations visées et tendra à se dégrader au fil des années.

Complexe aussi, cet axe l'est par sa particularité patrimoniale : deux propriétaires se partagent la rue, ANF Immobilier d'un côté, et un fonds étranger géré par Atemi, *asset manager*, de l'autre (ce dernier a acquis ses lots auprès de Lonestar il y a quelques années). Détail qui a son importance : Atemi gère les actifs pour le compte d'investisseurs adossés à Leh-

man Brothers, censé financer les travaux de rénovation. Mais depuis la faillite du groupe, les rénovations se font attendre, faute de financement. Il faut partir de là pour comprendre les retards qui plombent la dynamique de cette rue.

Même la commercialisation des commerces y est singulière : « *Le premier enjeu auquel est confrontée la rue de la République est de reconstituer toute une offre commerciale, à la fois complète, cohérente et diversifiée*, explique Jérôme Le Grelle, président de Convergences-CVL, mandaté par Atemi sur cet axe. *Le plan merchandising doit s'établir progressivement et en concertation entre les deux propriétaires.* »

Atemi et ANF ont ainsi opté pour travailler main dans la main sur la commercialisation de la rue. « *Avec CBRE, mandaté par ANF Immobilier, nous faisons en sorte qu'elle soit la plus cohérente possible, avec un partage des mandats qui permet une action commune et concertée sur l'ensemble de la rue de la République* », explique Jérôme Le Grelle. Il faut au moins ça pour parvenir à recréer une histoire commerciale sur cet axe qui, comme le rappelle le président de Convergences-CVL, dispose de tous les fondamentaux pour devenir l'une des principales artères commerciales de Marseille.



### LA RUE DE LA RÉPUBLIQUE EN CHIFFRES

**1,2** km de long

**80 000 m<sup>2</sup>** de commerces détenus par deux propriétaires

**500** commerces, dont **130** déjà en place

**60 %** - Le taux de remplissage de la rue de la République aujourd'hui.

Sources : CBRE et Convergences-CVL

### L'environnement en mouvement

Si hier, la proximité avec le Vieux-Port tendait à freiner l'évolution de la rue de la République, aujourd'hui, elle joue indéniablement en sa faveur. « Sous l'impulsion de l'OIN, la réhabilitation de la rue de la République, qui constitue l'axe d'entrée de l'opération, a été lancée au début des années 2000, rappelle **Christophe Laumond**, spécialiste du retail à Marseille chez CBRE. L'accessibilité a alors été repensée : à la desserte par les deux lignes de métro, s'est ajoutée la création d'un parking de 800 places géré par Vinci, ainsi que la mise en circulation depuis 2006 du tramway sur le tronçon Sadi-Carnot/Joliette. » Une amélioration qui fait toute la différence auprès des enseignes, toujours soucieuses des questions de flux. La Ville a également choisi d'embellir la rue, en élargissant les trottoirs, en installant un nouveau mobilier urbain et en plantant quelque 200 arbres. S'y est enfin ajoutée la rénovation des façades des immeubles détenus par ANF Immobilier sur la première tranche, du Vieux-Port à la place Sadi-Carnot. « Nous avons lancé quasi d'un seul tenant le ravalement des façades de 40 000 m<sup>2</sup> d'immeubles », souligne **Bruno Keller**, président du directoire du groupe. Une métamorphose qui a su séduire les enseignes nationales et internationales et les convaincre de franchir le pas.

### Monoprix, signature déterminante

« Dès 2007, nous avons assisté à une première vague de commercialisation, rapporte **Christophe Laumond**. H&M, Celio, Sephora, Puma (qui a fermé depuis), Jules, Mango, Sinéquanone, Du Pareil au Même... Desigual y a implanté son deuxième magasin en France, Tally Weijl son tout premier.

En 2009/2010, d'autres enseignes ont suivi comme Starbucks, Promod, Calzedonia, Rip Curl (à la place de Puma) et surtout Monoprix qui a décidé d'en devenir la locomotive alimentaire. » Le travail impulsé par la Ville et ANF Immobilier porte ses fruits, la preuve avec Monoprix qui décide d'y déployer quatre de ses formats urbains. « Sa locomotive de 3 700 m<sup>2</sup> est située au milieu de la rue, sur un îlot géré par Atemi. La coque a été livrée fin 2012 et l'enseigne va pouvoir ouvrir son magasin en septembre prochain, détaille Christophe Laumond. A côté, Naturalia, filiale bio de Monoprix, a ouvert un magasin de 300 m<sup>2</sup> fin 2011, et enregistre de très bonnes performances, au-dessus de la moyenne de l'enseigne. Côté Joliette, un Monop' de 300 m<sup>2</sup> a ouvert près de la place, fin août 2012, et vient compléter le maillage du groupe sur la rue. Enfin, le petit concept Daily Monop' s'installe sur 100 m<sup>2</sup>, côté Vieux-Port. » Avec elle, Monoprix entraîne d'autres enseignes dans son sillage, comme Picard qui choisit aussi de s'y implanter : en avril 2013, l'enseigne y ouvre un magasin de 300 m<sup>2</sup>.

Emporté par cette nouvelle dynamique, l'environnement résidentiel est lui aussi amené à évoluer. La rénovation des appartements d'ANF Immobilier suscite ainsi l'intérêt d'une nouvelle catégorie de la population, au pouvoir d'achat plus élevé. « La rue de la République, grâce à ses logements, offre aujourd'hui une plus grande mixité de catégories socio-professionnelles, entre les logements luxueux réhabilités par Atemi et ANF Immobilier, et les meublés proposés à des étudiants et des jeunes actifs », assure Christophe Laumond. Même les actifs de bureaux situés dans la rue participent au nouveau standing de la rue, comme le souligne **Antoine Combe**, directeur de Keops-Col-

liers International à Marseille. « Atemi, propriétaire de l'immeuble Haussmann Joliette (4 000 m<sup>2</sup>), au 113 rue de la République/56 rue Schuman, a entrepris sa restructuration, attendue pour avril 2014. Son prix de vente est fixé à 3 700 €/m<sup>2</sup> HT, soit un prix haut de gamme pour un bâtiment de standing. Ce type de produit n'existait pas auparavant dans cette rue et participe à sa montée en gamme. »

### Logique commerciale

Depuis presque dix ans maintenant, la rue de la République fait ainsi lentement, mais sûrement, sa mue. L'artère suit d'ailleurs une vraie logique commerciale, sous la houlette des conseils mandatés par les propriétaires. Divisée en trois segments, l'artère se découpe en une première tranche, du Vieux-Port à la place Sadi-Carnot, avec une offre existante majoritairement tournée vers l'équipement de la personne. C'est aujourd'hui la partie la plus développée et la plus rénovée de la rue, à l'inverse du deuxième tronçon, qui s'étend de la place Sadi-Carnot au boulevard des Dames. La rénovation des façades peine à y être lancée, faute de financement pour Atemi. C'est le segment le plus dégradé, mais promis à un bel avenir avec l'arrivée d'une offre plus tournée vers l'alimentaire, avec l'ouverture prochaine de Monoprix et Naturalia. Enfin, la dernière tranche, du boulevard des Dames à la place de la Joliette, orientée vers une offre de proximité, de services et de restauration tournée vers les salariés du quartier d'affaires. « L'ouverture la plus marquante y a été celle d'un McDonald's de 1 200 m<sup>2</sup>, en 2012, souligne Christophe Laumond. C'est l'un des plus gros

développements de l'enseigne en France. La Brioche Dorée a suivi, sur 380 m<sup>2</sup>. L'enseigne Subway cherche également à s'y implanter. » A force d'ouvertures et de signatures, le taux de commercialisation atteint désormais 60 % dans la rue. « Nous sommes aujourd'hui à la recherche d'enseignes d'équipement de la maison et de loisirs pour compléter l'offre », indique Christophe Laumond.

De l'avis des deux conseils, les enseignes qui ont fait le pari de la rue de la République, ne s'y sont pas trompées. « Starbucks y réalise son troisième meilleur chiffre d'affaires en France. Mango constate un panier moyen et un taux de transformation meilleur que sur la rue Saint-Ferréol, ce qui montre bien que les clients viennent pour consommer, assure Christophe Laumond. Calzedonia y a enregistré, la deuxième année de son implantation, une progression de + 50 % de son chiffre d'affaires, tandis que sur le patrimoine d'ANF Immobilier, les enseignes ont réalisé entre + 3 et + 6 % de progression moyenne de leurs chiffres d'affaires en 2012, une année pourtant très difficile pour le commerce en général. D'ailleurs, les grandes enseignes n'hésitent pas à investir rue de la République, ce qui montre bien la confiance qu'ils ont dans ce secteur. » Et de citer l'exemple du géant H&M, qui dépense actuellement 1 M€ dans la rénovation de son magasin ouvert en 2007.

### L'ancrage marseillais

Restent les inévitables ombres au tableau. Côté pile, le lancement de plusieurs grandes opérations de commerce, dans les environs de la rue de la République, contribue à faire perdurer la dynamique impulsée sur cette artère. Mais côté face, une telle abondance de projets peut aussi nuire à l'axe haussmannien. Un seul exemple : aucune enseigne du groupe Inditex (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti...) n'a choisi de s'installer rue de la République. Et pour cause, l'enseigne, déjà très présente rue Saint-Ferréol, a préféré le projet du centre commercial Les Terrasses du Port, offrant une image plus sécurisée. « Le contexte actuel pousse vers des décisions totalement sécurisées avec la meilleure visibilité possible sur les performances à attendre, reconnaît Jérôme Le Grelle. Cependant, certaines ont déjà compris tout l'intérêt à se positionner dès maintenant, à des conditions optimum, comme Monoprix. »

Les fins connaisseurs de la rue de la

République le reconnaissent : il faut du temps pour que l'image négative dont elle a pu pâtir pendant toutes ces années, s'efface. « Mais les demandes des Marseillais eux-mêmes pour y installer des concepts de commerce innovants et qualitatifs sont de plus en plus nombreuses, ce qui ne pourra que renforcer l'ancrage marseillais de cette rue, soutient mordicus Jérôme Le Grelle. Nous avons vocation à y créer un mix marchand autour d'enseignes tendances, aux

concepts typiquement locaux ou innovants, avec du prêt-à-porter, de l'équipement de la maison, des services, de l'alimentaire et de la restauration. Notre ambition est de parvenir à révéler une ambiance marseillaise, dans ce qu'elle a de plus riche et de meilleur, appuyée sur une offre qui soit à la fois une réponse aux besoins de proximité, mais aussi un lieu de destination et de shopping unique au sein de la cité phocéenne. » Vaste et belle ambition. ■



Les conseils mandatés, CBRE et Convergences-CVL, ont une mission : recréer une histoire commerciale sur la rue de la République.



Rénovées, les façades du bâti haussmannien contribuent à la montée en gamme de l'artère commerciale.

**BRUNO KELLER,**  
président du directoire d'ANF Immobilier

*« Malgré les mauvais augures, nous avons fait venir des enseignes de renommée internationale »*



« ANF Immobilier était positionnée à Marseille dès sa création, en 2005. Le groupe y détient un patrimoine de 180 000 m<sup>2</sup> de bâti haussmannien et 100 000 m<sup>2</sup> de réserves foncières.

Entre 2005 et 2012, pour rénover le patrimoine bâti et développer nos réserves foncières, nous avons réalisé plus de 400 M€ d'investissement à Marseille, ce qui fait d'ANF Immobilier le premier investisseur depuis 2005 sur cette agglomération. Au cours des six dernières années, nous avons développé plus de 90 000 m<sup>2</sup> dans la cité phocéenne.

La rue de la République est la seule artère 100 % haussmannienne à Marseille, dans le quartier historique du Vieux-Port. Six ans après notre arrivée et malgré les mauvais augures, nous avons fait venir des enseignes de renommée internationale qui constituent la meilleure preuve de l'attractivité de cette rue commerçante. Tous les grands projets lancés à Marseille, dans le cadre de Marseille 2013, valorisent la rue de la République : l'ouverture de l'hôtel 5 étoiles Intercontinental, qui aura un impact positif sur le flux ; la réfection du Vieux-Port, devenu piéton ; la rénovation du Centre Bourse, avec une entrée directe sur la rue de la République et ses deux principales enseignes que sont la Fnac et les Galeries Lafayette ; et enfin les Terrasses du Port qui seront un autre catalyseur de circulation à l'autre extrémité de la rue.

Rue de la République, nous avons commencé par rénover le premier segment, du Vieux-Port à la place Sadi Carnot, en lançant quasi d'un seul tenant le ravalement des façades de 40 000 m<sup>2</sup> d'immeubles. Cette rénovation a permis d'attirer des locomotives, telles que les enseignes H&M ou Starbucks, et de renforcer l'attrait de cet axe commerçant majeur à Marseille.

Sur le deuxième segment, de la place Sadi-Carnot au boulevard des Dames, les immeubles sont pour partie notre propriété et pour partie celle d'Atemi, qui a connu quelques difficultés actionnariales suite à la faillite de Lehman Brothers en 2008. Sur ce segment, nous avons commencé le ravalement des façades des immeubles à proximité du boulevard des Dames, mais ceux que nous possédons au milieu de la rue n'ont pas encore été rénovés dans la mesure où ils sont encadrés par des immeubles d'Atemi dont les travaux ne sont pas encore lancés.

Sur le dernier segment, nous avons rénové l'îlot à l'entrée de la place de la Joliette, où l'enseigne de restauration McDonald's vient de s'implanter. Ce segment a également accueilli un magasin Monop' et un Picard. Nous poursuivons la rénovation de ce secteur. Nous avons créé un joint-venture avec Atemi pour la commercialisation de la rue de la République, avec Convergences-CVL d'un côté et CBRE de l'autre qui travaillent ensemble à la cohérence des enseignes installées sur cet axe. » 