

(13) Marseille - ANF et Atemi unis pour le meilleur de la rue de la République

Les deux sociétés mutualisent enfin la commercialisation de l'artère. 40 000 m² de locaux sont encore disponibles

Réconciliés ? Eh oui. Démentant toute ancienne incompatibilité d'humeur et de stratégie, les deux sociétés ANF et Atemi ont présenté, hier, leurs deux noms inscrits sur un logo commun tel un faire-part, leur plan de bataille. Car il faut mettre les bouchées doubles pour terminer le lifting de la rue la plus en vue de la cité. Pour Xavier de Lacoste Laraymondie, directeur général ANF Immobilier : "Le temps d'un travail en commun est venu pour finir ce que l'on a commencé depuis des années". L'apologie est faite de cette "artère fabuleuse, trait d'union entre la Joliette et le Vieux-Port". Bref. Après l'aveu de Jean-Claude Aznavour, directeur général d'Atemi ("On avait mis de côté la partie commerce"), le directeur général d'ANF explique : "Pour exploiter au mieux la rue de la République, on est mieux à deux". Attention, le mariage est sous le régime de la séparation de biens. "On garde chacun nos spécificités. Nous ne fusionnons pas ! Nous allons faire un plan de communication et de merchandising commun." La commercialisation est ainsi confiée à deux cabinets : CVL (qui travaillait pour Atemi) et CBRE (qui ouvrait déjà pour ANF). 40 000 m² demandent encore à trouver preneur, les deux tiers appartenant à ANF. Ce qui n'est donc pas une mince affaire. "En pleine tendance d'un retour au centre-ville, chaque enseigne sera positionnée en fonction des intérêts de la rue. Les cabinets vont commercialiser les deux types de locaux. Le commerçant se fiche s'il est chez Atemi ou ANF. Ce qui compte, c'est l'emplacement. Et que l'ensemble de la rue fonctionne." Reste que le jeu de Tétris n'est pas simple. Installer une enseigne sur 400m² ne se fait pas en un claquement de doigts au rez-de-chaussée d'un immeuble haussmannien. Mais ANF se targue d'avoir des valeurs locatives meilleur marché que les autres rues pour des emplacements immédiatement disponibles. Pour les grandes nouvelles, c'est l'arrivée interminable (en 2013 !) des 3 500 m² de Monoprix (l'enseigne règne sur la ville : elle sera présente aussi dans les Terrasses du port) dont le chantier aurait commencé en août.

Et puis de sacrés chiffres à la clé : "La progression est régulière pour tout le monde. Pour un certain nombre d'enseignes, comme Starbucks, on a une progression du chiffre d'affaires de 15 à 20 %. Et puis, on n'a pas du tout la même clientèle que la rue Saint-Ferréol. On tire la rue de la République vers le haut." L'artère est toujours divisée en trois tronçons. Le premier, du Vieux-Port à la place Sadi-Carnot, s'articule autour de l'équipement de la personne. Le deuxième, de la place Sadi-Carnot jusqu'au boulevard des Dames, fait la part belle à la mode et à l'équipement de la maison. Enfin, le dernier tronçon, jusqu'à la Joliette, s'appuie sur les commerces de proximité et la restauration, avec pour cible habitants et employés de bureaux.

Côté logement, ANF se félicite de voir le rajeunissement de la population du quartier : "C'est là aussi où le pari est en passe d'être réussi. Tout converge : habitants, touristes, commerces. On a mieux qu'un centre commercial : c'est beau et on est en ville". Les deux sociétés donnent un petit coup de griffes du côté de la Ville, malgré les "trottoirs larges et arborés, les caméras qui vont être installées : on a des problèmes de propreté, de stationnement...". Pour ANF comme Atemi, la seconde vie du J4, Marseille Provence 2013 ou même l'extension du Centre Bourse sont autant d'opportunités à saisir : "Et oui, il y a de la place pour tout le monde". ANF et Atemi semblent vouloir forcer le destin. Et Bruno Keller, président du directoire ANF, jusque-là muet, de conclure : "Plus de 500 millions d'euros ont été injectés par les deux sociétés à Marseille depuis le début". La messe est dite. Presque.

Agathe Westendorp
awestendorp@laprovence-presse.fr

A747547559E0170D50232A344D0D55B42FF5177DD1A81B9C4449030