

## Hauts-de-France - Les centres commerciaux se réinventent, la consommation aussi

Les centres commerciaux français emploient 450 000 personnes et attirent chaque année 3,2 milliards de consommateurs. Une industrie qui se réinvente tandis que les modes de consommation évoluent.

Région. Quand on parle centres commerciaux dans notre région, on pense à la Cité de l'Europe à Calais, à Euralille, aux galeries d'hypermarchés. Au printemps, ouvriront les 60 000 m<sup>2</sup> de la Promenade de Flandre à Roncq, à côté d'Auchan. Mais on peut aussi évoquer le Passage de l'Arsenal à Valenciennes, l'extension du Centre Marine à Dunkerque, de la grande galerie d'Auchan Noyelles-Godault, sans oublier les, toujours attendues, 105 boutiques du Lillenum de Lille-Sud. Dans le berceau de la grande distribution, les 49 centres commerciaux de notre région continuent à se développer, grandissent, évoluent, souffrent aussi. À l'image des déboires des Galeries Lafayette ou de la Galerie de l'Opéra à Lille. À l'image de la grande distribution, la fréquentation des centres commerciaux (et leur chiffre d'affaires) a reculé de 1% l'an passé. Conjoncture morose, inquiétudes liées au terrorisme, problèmes de pouvoir d'achat ont sans doute joué. Les changements dans les modes de consommation encore plus. Le consommateur est devenu volatil, n'hésitant pas à venir voir en magasin mais acheter sur le Web.

Simplifier, accélérer

«Les centres commerciaux doivent être de plus en plus multifonctionnels et multicanaux. Les enseignes qui réussissent sont celles qui savent travailler les clients par de multiples canaux. Mais le commerce digital a aussi besoin du commerce physique», constate Gontran Thüring. Le délégué général du Conseil national des centres commerciaux, organisme qui regroupe l'ensemble des acteurs de la filière (bailleurs, commerçants, prestataires), était à Lille pour rencontrer adhérents et décideurs locaux. «Les centres commerciaux sont de moins en moins commerciaux au sens strict du terme. On y trouve de plus en plus de loisirs, de services, de bureaux.» Avec un parc dont l'âge moyen avoisine les 30 ans, les centres commerciaux sont entrés dans l'ère de la rénovation et de la modernisation. «Mais l'empilement de normes et de lois complexifie le montage des projets. Il faut simplifier, aller plus vite (il faut 10 à 15 ans pour ouvrir un centre commercial en France, deux fois plus long que la moyenne européenne). Il faut également favoriser la concertation préalable et l'équité fiscale avec le e-commerce.» En pleine période électorale, on voit à qui le message s'adresse...

Jean-Marc Petit

ORL4uJJAHLI49zbCV8A1MkLdaThVrLokN8Bf1Ah2CD5JRfcaJY7eDCUIIenXuMq5EMzBi

«Une filière à 126 milliards d'euros»

Le Conseil national des centres commerciaux, dont le délégué général est Gontran Thüring, rappelle le poids économique considérable de la filière. L'industrie des centres commerciaux représente près de 450 000 emplois en France au sein de 806 centres commerciaux, totalisant 36 000 commerces. Environ 15 000 emplois nouveaux sont créés chaque année dans ce secteur. Accueillant 3,2 milliards de visiteurs par an, les centres commerciaux génèrent annuellement 126 milliards d'euros de chiffre d'affaires (soit 25% du commerce de détail et 5% du PIB), et 25,5 milliards d'euros de recettes fiscales par an. Les projets en cours correspondent à un investissement de l'ordre de 15 milliards d'euros. Avec une densité moyenne de 0,27 m<sup>2</sup>/habitant, la France se situe au 6<sup>e</sup> rang, dans la moyenne européenne de l'équipement en centres commerciaux.

00HtIbrBLkm8Ru1b6L7RgXs7ePNG-ixa-5j-pGNb\_mBQjgsRfU6dv4ymOW\_yx5XWYyWNk