

tion sur si peu d'espace inquiète peu Jean-Pierre Manent. « Je réalise 50 MF (7,6 ME) d'investissements qui seront rentabilisés si mon nouveau Leclerc réalise les 310 MF (47,26 ME) de chiffre d'affaires de l'ancien magasin. » Sur 3 700 m², les clients vont retrouver tous les rayons de l'enseigne avec, en traditionnel, un manège à bijoux, une poissonnerie, une boulangerie pâtisserie, une boucherie et un mini laboratoire photo ainsi qu'une cave à vin. Les rayons sont desservis par un schéma classique de circulation avec une allée principale, une allée transversale et une entrée à droite. Les 300 m² autorisés restants sont dévolus à la nouvelle galerie marchande qui accueillera des boutiques gérées par Leclerc : l'espace multimédia, une jeannerie, suivie d'une brasserie en libre-service avec point grill.

Une architecture soignée

L'architecture est particulièrement soignée avec une nouvelle façade vitrée donnant sur le sud (et non plus sur l'ouest), une galerie marchande égayée par des parements aux couleurs ocre sous un plafond en forme de vague. Le raccordement électrique et pneumatique des vingt caisses s'effectue de manière invisible sous le sol afin d'améliorer l'architecture intérieure. Enfin, le point de vente disposera de plus de 600 places de parking dont 400 dans une nouvelle construction sur deux niveaux.

Face au développement conjugué de Leclerc et d'Auchan, Marc Nourry a déposé une demande d'agrandissement. Celle-ci a échoué en CDEC. Les membres de la commission ont sans doute estimé qu'il fallait arrêter là la surenchère. Surtout au regard du potentiel de la ville. Reste que, malgré sa situation reculée et son secteur agricole important, Manosque dispose d'un bon tissu d'entreprises de hautes technologies, grâce au Centre de recherche nucléaire de Cadarache tout proche. Il emploie des personnes à fort pouvoir d'achat, auxquels s'ajoutent des cadres qui vivent dans les Alpes-de-Haute-Provence et qui travaillent à Aix-en-Provence. Enfin, l'étude de 1991 avait mis en évidence une évasion commerciale quasiment nulle en alimentaire, et qui ne porte que sur des achats importants comme le meuble ou les produits techniques et s'effectuant dans les Bouches-du-Rhône. Cela n'aura pas suffi à convaincre.

Emmanuel Brugvin

DIEPPE

Après un mois de travaux et deux jours de fermeture, le magasin Codec du centre-ville piétonnier du port normand vient de réouvrir en Shopi urbain. Il s'agit du septième en France, aux nouvelles normes de l'enseigne, et du premier de Normandie.

Adieu Codec, bonjour Shopi



Annick et Patrick Huet, exploitants du Shopi de Dieppe, espèrent dépasser le seuil de 30 MF de chiffre d'affaires sur 600 m².

Les 600 mètres carrés en L de l'ancien Codec, enchâssés dans un immeuble d'habitation au-dessus d'un parking municipal, ont fait peau neuve sous l'enseigne Shopi. Les quatre caisses sont installées en ligne deux par deux et le point repos du concept est remplacé, faute de place dans

l'entrée, par une caisse rapide. Les franchisés, Patrick et Annick Huet, ont investi près d'1,2 million de francs (182 938 euros) dans la transformation d'un magasin dont le dernier aménagement datait de sept ans. Une grande partie de cet investissement a été pris en charge par le franchiseur, Prodis, branche



La transformation du magasin, dont le dernier aménagement datait de sept ans, a coûté près de 1,2 million de francs.

(...) proximité du groupe Promodès, dans le cadre de l'accord de dédommagement lié à la perte de l'enseigne Codec.

La configuration physique du magasin n'a pas permis de respecter à la lettre le modèle des magasins de Saint-Jean-de-Luz ou de Monte-Carlo, présenté lors de la convention Shopi de Deauville (lire "PdV" n° 738, p. 23). L'assortiment de plus de 7 000 références est adapté aux besoins d'une clientèle de proximité. Ainsi, le nouveau rayon parfumerie ne manque pas d'attirer le regard dès l'entrée. Quant à l'offre de "prêts à consommer", elle est censée séduire la clientèle des commerces et administrations environnants habituée à déjeuner sur le pouce en se promenant entre les vitrines de la rue de la Barre. Une cave à vin totalement rénovée et un point chaud boulanger complètent les équipements.

Amélioration du positionnement tarifaire

Le Codec de Dieppe réalisait un chiffre d'affaires plus qu'honorable de 27 millions de francs (4,12 ME) annuels avec 17 personnes. Patrick et Annick Huet espèrent que cette mutation leur permettra d'atteindre en un an le seuil des 30 MF (4,57 ME). Le changement d'enseigne s'est accompagné d'une amélioration du positionnement tarifaire, en passant de 110 à 105 sur l'indice Opus des supermarchés. Jean Halley, le directeur général de Prodis, avait parlé à Deauville d'un objectif d'indice moyen à 102. Mais la situation spécifique de ce magasin, et la politique de prix de l'hypermarché Auchan, sur les hauteurs de Dieppe, lui permettent, selon ses dirigeants et le responsable régional de l'enseigne, de conserver ses marges.

Un point d'interrogation demeure : quel est l'impact de l'interruption de la ligne de ferries entre Dieppe et l'Angleterre ? Les Britanniques, qui venaient à Dieppe essentiellement pour acheter des liquides, représentaient en effet une clientèle importante pour les grandes surfaces. Patrick Huet estime la perte de chiffre d'affaires à 70 000 francs par mois. Fin avril des liaisons devraient reprendre. Mais elles seront assurées par des navires à grande vitesse chers et peu adaptés à la Manche. Ils n'offriront sans doute pas aux Anglais les aller-retour à quelques livres qui faisaient le succès de cette liaison maritime et le bonheur des distributeurs normands.

Bernard Claude

CORRÈZE

Le centre commercial Continent de Brive, géré en commun par Promodès et Nougein, a vu son attractivité renforcée par l'ouverture du tronçon Brive-Souillac de l'autoroute A20.

La gestion en commun porte ses fruits

Premier pôle commercial du département de la Corrèze, le centre commercial Continent de Brive est géré en commun par le groupe Promodès et la SA Nougein.

Dernier distributeur régional indépendant, Nougein avait présenté, en 1987, une demande d'autorisation pour la construction d'un hypermarché censé combler le vide commercial à l'ouest de la cité gaillaise. Au même moment, le groupe Promodès déposait un dossier similaire. « Nous avions un projet distant seulement de quelques mètres », se souvient Claude Nougein, le PDG du groupe qui gère actuellement 40 supermarchés de proximité Topco et 16 Leader Price en franchise.

Deux projets en un seul

Dans un premier temps, les deux projets obtiennent le feu vert de la CDUC de l'époque, mais le ministre du Commerce dépose un recours. « Pour nous en sortir, nous avons décidé de fusionner les deux propositions à 50-50. Je connaissais d'ailleurs Paul-Louis Halley, le PDG de Promodès. Nous avons obtenu alors un bon score en CDUC, puis nous sommes passés en commission nationale. Le projet a été autorisé à l'unanimité en 1998 et l'hypermarché Continent a ouvert ses portes au mois d'octobre 1992 », ajoute Claude Nougein.

La SA des hypermarchés de la Vézère a été constituée avec l'apport de dix millions de francs au capital par chaque groupe, tandis que la SCI Colodor gère, également à 50-50, trente magasins de la galerie marchande du centre commercial. Celle-ci en compte au total une quarantaine, des com-

merçants brivistes en ayant réservé une partie. Avec 220 salariés, l'hypermarché Continent réalise un chiffre d'affaires en progression annuelle de près de 3 %. Installé à proximité de l'aéroport de Brive-Laroche et de la zone industrielle du Teinchurier, ce magasin a attiré au fil des ans de nombreuses enseignes nationales : McDonald's, Mr Bricolage, des hôtels de chaîne constituant aujourd'hui un pôle d'activités en plein développement.

"La ruée vers l'ouest"

« On assiste à une véritable ruée vers l'ouest », se félicite Claude Nougein. Le centre commercial "Promodès-Nougein" attire en effet les consommateurs de Tulle, préfecture de la Corrèze, et de Terrasson, en Dordogne, à un quart d'heure par la route. Depuis quelques semaines, l'ouverture du tronçon d'autoroute A 20 Brive-Souillac, dans le Lot, permet au magasin d'étendre encore sa zone de chalandise.

Situé à un emplacement stratégique, il devrait d'ailleurs connaître dans les cinq prochaines années un développement très important, avec la mise en service de l'autoroute A 89 Clermont-Ferrand-Brive-Bordeaux. L'hypermarché va se trouver à la croisée de l'A 89 et de l'autoroute gratuite A 20 Vierzon-Châteauroux-Limoges-Brive, aujourd'hui quasiment achevée.

Se félicitant du partenariat avec Promodès, Claude Nougein, qui préside le conseil d'administration de la SA des hypermarchés de la Vézère, constate : « Les objectifs de Promodès ont été tenus et ce Continent aura atteint d'ici un à deux ans une remarquable vitesse de croisière. »

(AMPco)