



Le commerce

Faire de Metz Métropole l'épicentre du commerce de la Grande Région



Des **stratégies** au service du **commerce**

Est-ce là le premier numéro « d'après crise » de cette lettre ?

Qu'on le pense ou non, la traversée d'une zone de turbulences, si elle rend le pilotage plus délicat, ne doit pas amener à oublier le cap que l'on s'est fixé. Le nôtre, celui de Metz Métropole en matière commerciale, est affirmé de manière forte « *Faire de Metz l'épicentre du commerce de la grande région* ». Derrière cette volonté affirmée apparaît une stratégie articulée en trois axes :

- renforcer un centre-ville qui doit être rendu toujours plus attractif par la présence d'enseignes exclusives et une qualité de vie et de déplacement toujours accrue,
- faire émerger des projets de centres commerciaux de grande qualité architecturale et environnementale qui allient commerce, culture et loisirs,
- préserver des pôles de proximité assurant une offre diversifiée, compétitive et économe de déplacements.

Thierry Jean, Président de Metz Métropole Développement

« Le Centre Pompidou-Metz : une belle opportunité pour les **commerces messins** »

Alain Steinhoff, Président de la Fédération des commerçants de Metz

« L'ouverture du Centre Pompidou-Metz a été une véritable opportunité pour le commerce messin et la ville de Metz. Les retombées ont été très positives, en particulier pour le secteur cafés-hôtels-restaurants. Les milliers de personnes qui se sont promenées dans les rues de Metz après la visite du centre d'art ont amélioré le commerce de proximité. « L'effet Pompidou » a eu lieu, au-delà de nos espérances, et surtout en considérant la conjoncture difficile traversée actuellement par le commerce national. Le commerce messin travaille en permanence sur l'amélioration de sa qualité, en multipliant toute l'année les animations dans la ville, comme la grande braderie, les 100 000 roses offertes lors de la fête des mères, les marchés de Noël... Nous voulons créer la complémentarité de l'attractivité du centre-ville avec celle du Quartier de l'Amphithéâtre. »

Axe ①

Centre-ville : montée en gamme et animations renforcées

Le centre-ville de Metz est en pleine mutation. Une nouvelle orientation de montée en gamme pousse des enseignes de renommée comme Montblanc, G-star, Maje, les Émaux de Longwy, Bose... à s'installer au cœur de la cité messine. Ces enseignes « haut de gamme » renforcent l'attractivité du centre-ville. Elles lui permettent de se démarquer en créant des pôles de commerces de moyenne et haute gammes pour des rues plus attractives plutôt spécialisées dans le domaine du luxe avec notamment des boutiques de design, d'art... Heureux mélange de tradition et de modernité, ces rues messines créent un contraste intéressant par la présence de leur patrimoine historique et celle de magasins à tendance déco avec la présence notamment de AL Intérieur, Intemporale (un précurseur), Kartell... Initiative d'un commerçant local

qui a compris les enjeux du commerce dans la ville de Metz, la présence de Kartell, marque dont les « flagship store » ne s'ouvrent que dans les villes à la mode comme Bilbao, est la preuve de l'attractivité messine.

La dynamique d'animation commerciale s'est accélérée avec l'inauguration de la place de la République, déjà prête à accueillir le transport en site propre METTIS, et nouveau lieu de vie du cœur messin. L'installation du Carrosse, œuvre de l'artiste Xavier Veilhan, crée un lien symbolique entre le Centre Pompidou-Metz et les boutiques du centre-ville, comme un trait d'union entre le commerce et l'art à Metz. Tout est lié pour une animation harmonieuse et une attractivité forte de la ville.

Metz, une destination touristique « **tendance** »

Avec l'implantation du Centre Pompidou-Metz, la capitale de la Lorraine est une destination touristique privilégiée. Les marchés de Noël, la Nuit Blanche et autres événements comme les Championnats du monde de Trampoline ont renforcé l'attractivité de la ville. La clientèle française de l'Office de Tourisme de Metz a progressé de 82 % et la clientèle internationale de 118 % par rapport à 2009. Grâce à la couverture médiatique, à Internet et au bouche-à-oreille, Metz est désormais un incontournable du tourisme urbain !



« Metz est une excellente surprise en matière de tourisme urbain tendance. »

Sabine Brousse, Directrice de l'Office de Tourisme de Metz

Le **Cegum** enquête !

L'impact territorial de l'ouverture du Centre Pompidou-Metz sur le commerce, l'hôtellerie et la restauration de l'agglomération : c'est sur ce thème que porte l'étude réalisée par le Centre de recherches en Géographie de l'Université Paul Verlaine-Metz commandée par Metz Métropole Développement.

D'une méthodologie rigoureuse, cette enquête menée auprès des 4 000 commerçants cerne les stratégies d'adaptation développées autour de l'ouverture du Centre Pompidou : recrutement de personnels trilingues, formules de restauration, offres adaptées...

Dans quelle mesure les commerçants et restaurateurs adaptent-ils leurs offres aux nouvelles opportunités engendrées par le centre d'art ? Quels sont les quartiers messins les plus bénéficiaires des retombées ? Quels enseignements en tirer ? L'étude, centrée sur l'agglomération et d'autres secteurs mosellans, apporte des réponses notamment par une approche cartographique.

Metz Métropole Développement tient à remercier tous les commerçants qui participent à la réalisation de cette étude.

Axe ②

Développer les grands projets du 3^e millénaire

Le renforcement des pôles commerciaux au service de l'attractivité de Metz Métropole

Le Quartier de l'Amphithéâtre

Le projet d'aménagement du nouveau Quartier de l'Amphithéâtre prend forme face au Centre Pompidou-Metz. Avec plus de 600 000 visiteurs en sept mois pour le centre d'art, depuis son ouverture en mai 2010, le quartier profite déjà d'une visibilité et d'une attractivité exceptionnelles. Son urbanisme sera exemplaire. Certains bâtiments, comme l'îlot B2, ont déjà posé leur première pierre.

L'espace commercial de 36 000 m² GLA, développé au sein de l'îlot mixte B3/C3 par une société commune aux groupes Apsys et ING Real Estate Development France, face au centre d'art, est conçu par l'architecte Jean-Paul Viguier, dans une démarche de modernité et de diversité architecturale affirmée. Les commerces s'articulent

le long d'un mail piéton couvert, de la rue principale, et autour de trois places urbaines prolongées par des atriums. Ils accueilleront la première implantation messine de « Carrefour Market », une dizaine de moyennes surfaces structurantes, un ensemble de boutiques et de services et des restaurants. Des boutiques innovantes en relation avec le design, les nouvelles technologies et la culture, compléteront l'offre du centre-ville. L'autorisation d'aménagement commerciale a été obtenue à l'été 2010. Le début des travaux est prévu début 2012, pour une ouverture prévisionnelle attendue courant 2014.

Pôle d'attractivité majeur, le Quartier de l'Amphithéâtre bénéficiera d'une fréquentation qui lui permettra des opportunités commerciales exceptionnelles. Son rayonnement offrira des perspectives de développement à l'ensemble du centre-ville.

Waves Grand Sud

Porté par les Arches Métropole et la Compagnie de Phalsbourg, Grand Sud proposera un parc commercial de 38 000 m², sur la commune de Moulins-lès-Metz, qui intégrera un pôle de restauration et un pôle de loisirs. Cette nouvelle génération de parcs commerciaux apporte une uniformité architecturale totale, un unique bailleur et une gestion centralisée du parc (donc un entretien optimal). D'une grande qualité architecturale, Grand Sud sera construit dans une optique de développement durable : récupération des eaux de pluie, gestion des déchets, économies d'énergie et gestion des accès pour tout type de clients (personnes handicapées, vélo, piétons, automobiles). Le parc verra l'intégration de nouvelles enseignes qui ne sont pas encore présentes sur l'agglomération : Cultura, Milonga, Picwic... mais permettra également la relocalisation et donc le maintien sur le territoire d'enseignes « mal logées ».

La qualité de ce projet est un facteur supplémentaire de l'attractivité de l'agglomération et s'inscrit en parfaite complémentarité avec le centre-ville et le Quartier de l'Amphithéâtre.



Quartier de l'Amphithéâtre



Grand Sud

“ La qualité architecturale et l'aménagement paysager valoriseront l'image de la zone et faciliteront ses conditions d'accès. ”

Fabrice Dumartin, directeur de la société Les Arches Métropole.

Axe 3

Renforcer les pôles de proximité

L'extension de Marly Belle Fontaine

Depuis bientôt 20 ans se sont développées sur cette zone de grandes enseignes comme Leclerc, Grand Frais, Florest... Cette activité entraîne la réalisation d'une extension pour 2011, en deux parties distinctes : 6 hectares d'extension, dont un centre commercial avec pôle de restauration, et le développement de 10 hectares dédiés à l'artisanat, avec des parcelles d'une superficie de 3 200 m² en moyenne et un hôtel d'entreprises artisanales. Ce projet doit renforcer le caractère de pôle de proximité de Marly Belle Fontaine pour proposer une offre commerciale complète aux résidents de Marly et des villages alentours et limiter ainsi les déplacements vers d'autres zones commerciales pour leurs achats courants.

La poursuite du développement de l'espace commercial Metz-Technopôle

Un pôle automobile ouvert sur d'autres activités

À Metz-Borny, en face de PSA, et le long de la RN 431, ce pôle d'activités s'étendra sur 4,6 hectares constructibles. Très attractif et visible, il regroupera des commerces dédiés aux secteurs automobile, moto, vélo... avec une clientèle à la fois grand public et professionnels. Ce nouveau pôle permettra ainsi de rééquilibrer l'activité automobile au nord de l'agglomération. Livraison prévue en 2013.

Un nouveau projet commercial sur Metz-Technopôle

Un bâtiment commercial de 6 300 m² viendra compléter l'offre actuelle sur l'espace commercial Metz-Technopôle. Prévu en 2012, entre le garage BMW et le bâtiment tertiaire First Plaza, on y retrouvera de l'équipement pour la maison, de l'équipement à la personne, de la restauration et une animalerie.

Les États Généraux du Commerce

Ce rendez-vous annuel est devenu incontournable pour les acteurs du commerce de l'agglomération. En 2010, la réflexion portait sur l'impact des grands équipements culturels et des nouveaux modes de transport sur le commerce local, avec notamment l'intervention de Monsieur Ibon Areso, Premier Adjoint au Maire de Bilbao, pour illustrer le débat. En 2011, le thème est « Comment faire de Metz Métropole l'épicentre du commerce de la Grande Région ? » avec la participation d'élus, de commerçants, d'investisseurs et d'experts.



Début des travaux sur la zone
de Marly Belle Fontaine



Qui contacter ?

Francine Baudin

Chargée de mission Commerce
fbaudin@mm-dev.fr
Tél. : 03 87 16 96 87

Metz Métropole Développement

Valérie Schwarz
Directrice Générale
6, rue Lafayette • F - 57000 Metz
Tél. : 03 87 16 96 80 • Fax : 03 87 66 54 90
contact@mm-dev.fr • www.metzmetropoledeveloppement.fr

Metz Métropole Développement
est une agence de développement
économique au service de la
Communauté d'Agglomération de
Metz Métropole et de la Ville de Metz

