

Entreprise

Comment Anne Hidalgo et LVMH veulent relancer les Champs-Élysées

par Claire Bouleau et Thiébauld Dromard le 10.11.2021 à 09h00, mise à jour le 10.11.2021 à 11h35

ABONNÉS

🕒 Lecture 6 min.



Le projet "Renaissance des Champs-Élysées". Après un lifting pour 2024, ce réaménagement complet coûtera 200 millions d'euros.

📷 PCA-STREAM

Attentats, gilets jaunes, pandémie. Après une série d'années noires, les Champs-Élysées ont vu leur trafic fondre.

Mais à la faveur de la nomination de Jean-Marc Jamet, secrétaire général de LVMH, à la présidence du Comité Champs-Élysées, les enseignes de l'avenue sont bien décidées à redorer son blason. Avec l'aide d'Anne Hidalgo?

Comme un symbole. Il y a onze ans, le mois d'octobre avait un goût de victoire pour H&M. Après cinq ans de négociations, la mairie de Paris l'autorisait enfin à inaugurer son premier magasin sur une avenue phare... les Champs-Élysées. Une consécration pour l'enseigne de fast fashion, alors au faite de sa gloire. Une décennie plus tard, son étoile a pâli... Et celle de l'avenue parisienne aussi. Alors que le suédois a annoncé le 27 octobre la fermeture imminente de son flagship sur la plus belle avenue du monde, la question se pose: aurait-elle perdu de son prestige?

Ces dernières années, la boîte de nuit Queen, les américains Gap et Abercrombie ou encore le britannique Marks & Spencer ont plié bagage. A qui la faute? "Les violences liées au mouvement des "gilets jaunes" ont terni l'image des Champs-Élysées en France et dans le monde", assure Yohann Petiot, directeur général de l'Alliance du commerce. Du jour au lendemain, les commerçants, qui avaient déjà subi l'effet des attentats de 2015 sur le tourisme et les manifestations contre la loi Travail, ont dû fermer plusieurs samedis pour éviter d'être vandalisés. Au même moment, ils continuaient de déboursier des loyers exorbitants, dépassant 10 millions d'euros pour 2.500 mètres carrés. L'irruption de la crise sanitaire n'a fait qu'aggraver leur situation, les contraignant à tirer leurs rideaux, alors que les visiteurs internationaux désertaient et que les salariés parisiens passaient au télétravail.

Trafic en baisse, vacance commerciale en hausse

Résultat, l'an dernier, hors période de fermeture, selon le panel Retail Int., l'avenue a subi une baisse d'activité de 38%. Et cette année, entre janvier et juillet, son chiffre d'affaires a chuté de 52% par rapport à la même période en 2019, selon Procos. Par comparaison, celui de la rue de Rivoli n'a baissé que de 32%, et celui du boulevard Haussmann, de 36%. "Avant les "gilets jaunes", entre 100.000 et 300.000 personnes passaient chaque jour sur les Champs-Élysées", rappelle Eric Costa, président de Citynove, la foncière des Galeries Lafayette, installées sur l'avenue depuis 2019. "Aujourd'hui, c'est 75.000." La vacance commerciale a bondi de 1% à 6,8% depuis 2015. De là à reléguer les Champs au second plan? Non. Car quand certains commerçants ferment boutique, d'autres se précipitent. "La vacance est liée à la transformation de l'avenue, à des opérations immobilières", avance Eric Costa. "Le départ de plusieurs enseignes, et en particulier des constructeurs automobiles et des cinémas, a permis de restructurer des surfaces pour créer des flagships qui correspondent mieux aux attentes des grandes marques internationales comme Apple ou Nike."

Le pire serait-il derrière nous? L'été a permis de renouer avec les visites touristiques, confirmées par la reprise économique de la rentrée. "Nous n'avons pas encore retrouvé la fréquentation de 2018, mais en quelques mois, nous sommes déjà revenus à celle de 2019", rassure Marc-Antoine Jamet, du Comité Champs-Élysées, qui regroupe 180 acteurs. Les marques de luxe Carven, Moncler, L'Oréal ou encore l'Occitane ont rejoint les Champs, tandis que Lacoste a prévu d'agrandir sa boutique. La maison de couture Saint Laurent (groupe Kering) devrait confirmer son arrivée prochaine. Groupama a lancé un vaste projet de rénovation au numéro 150, à l'emplacement des anciens cinémas George V, qui seront transformés en bureaux, boutiques et hôtel, et les trois galeries commerciales de l'avenue sont en travaux.

Un enjeu de taille pour LVMH... et Anne Hidalgo

Pour LVMH (actionnaire de Challenges), les Champs-Élysées restent plus que jamais un axe stratégique. "Quoi qu'on pense de son état actuel, c'est un lieu intemporel avec une force théâtrale unique, une scène qui offre une visibilité et un porte-voix puissants", confirme Marc-Antoine Jamet, qui est aussi secrétaire général du numéro un mondial du luxe. Le groupe de Bernard Arnault fait donc le pari que les Champs-Élysées resteront un rendez-vous incontournable du tourisme mondial. Pas moins de neuf marques de LVMH y sont présentes, dont Dior, qui en rachetant le siège de HSBC, au numéro 103, a décidé d'y établir son quartier général mondial. Louis Vuitton, présent sur l'avenue depuis plus de cent ans, vient de renouveler son bail pour dix-huit ans en mai avec Gecina et entame en 2022 une rénovation de son magasin phare, pour le doter notamment d'une immense terrasse sur le toit. Marc-Antoine Jamet, qui gère aussi l'immobilier de LVMH, a pris en juin dernier la présidence du Comité Champs-Élysées.