

The logo for leParisien.fr is displayed in white text on a blue rectangular background. The text 'leParisien.fr' is in a sans-serif font, with 'le' in lowercase and 'Parisien.fr' in title case.**COMMERCE.**

Une nouvelle Samaritaine centrée sur la décoration et le bien-être

C'est un magasin dédié à la décoration, l'aménagement de la maison, le bien-être et le loisir qui devrait remplacer la vieille Samaritaine. Programmée pour 2011, son ouverture pourrait permettre 1 400 embauches.

Valérie Hacot | 10.06.2006

UN AN, JOUR POUR JOUR après l'annonce brutale de la fermeture de la Samaritaine, la direction a levé hier un coin du voile sur son nouveau projet commercial. Le mythique grand magasin parisien pourrait, si tout se passe comme prévu, rouvrir ses portes à l'automne 2011, après avoir subi un sérieux lifting. Et 1 400 salariés devraient être embauchés dans ce nouvel ensemble. « On passe du passé à l'avenir », se félicite Philippe de Beauvoir, le patron de l'enseigne. Exit donc la bonne vieille Samar et son concept de magasin généraliste et populaire. Le nouvel ensemble - dont les contours ne sont toutefois pas encore totalement définis - sera un pôle commercial spécialisé autour de la décoration, l'aménagement de la maison, le bien-être et le loisir. Pas, ou très peu, de mode, puisque les cabinets Mercer, Mall Market ou encore le Crédoc qui ont effectué des études préalables estiment que ce marché est saturé, tant les boutiques de vêtements sont nombreuses dans le périmètre. Parallèlement, plus de 4 500 m² de logements, qui déjà existent dans les murs de la Samaritaine, seront réhabilités et, selon la direction, une partie pourrait être convertie en logements sociaux. Quarante-cinq mille mètres carrés seront toujours dédiés au commerce. Un grand magasin de 10 000 m² subsistera sur la rue de Rivoli. Il n'aura toutefois pas de vocation généraliste et sera lui aussi centré sur la maison et la décoration. A ses côtés, de nouvelles enseignes s'installeront dans les murs rénovés de la Samaritaine. Mais la direction assure que, pour l'heure, aucun contact n'a été noué avec de potentiels candidats. Et de souligner que les magasins du groupe LVMH, propriétaire de la Samaritaine depuis 2001, ne devraient pas être intégrés dans ce nouvel ensemble. Une enseigne de 18 000 m², spécialisée dans l'aménagement intérieur, devrait ainsi ouvrir ses portes, des boutiques plus petites centrées elles aussi sur ce thème la rejoindront. Un espace sera dédié à la culture, un autre abritera une zone réservée au bien-être, vraisemblablement des spas, des salles de massage ou de gymnastique. Parallèlement, une épicerie de 1 000 m² verra le jour, ainsi qu'un restaurant de 3 000 m² qui pourrait, si les architectes donnent leur feu vert, s'étaler sur le toit du magasin. Le nom ne changera pas « Nous ne transformons pas la Samaritaine en hôtel, en succursale de LVMH ou en magasin de luxe. Le nouvel ensemble conserve une vocation grand public accessible », souligne Philippe de Beauvoir. Côté syndical, on reste dubitatif : « C'est un showroom de luxe, les smicards ne pourront pas y faire leurs courses. LVMH veut attirer une clientèle de cadres. On est loin de la vocation première de la Samar », explique Madeleine Charton, la déléguée CGT. Et de poursuivre : « Ce projet ressemble à s'y méprendre à ce que la direction nous avait déjà présenté en septembre 2005... » Autre inconnue : le montant des investissements nécessaires pour mener à bien ce projet. Une certitude : le nom Samaritaine ne disparaîtra pas.

Droits de reproduction et de diffusion réservés - Copyright LE PARISIEN 2011
