

Rue de la Vieille-Poissonnerie, la fripe, c'est la fête !

Moribonde il y a quelques mois, la rue de la Vieille-Poissonnerie reprend du poil de la bête, au gré de la lente reconquête de ses cellules vides. Nouvelles habitudes de consommation, boom des vêtements de seconde main... La friperie Cheaper a surfé sur cette vague pour s'installer cet automne. L'Œil vintage suivra en juin.

PAR SÉBASTIEN CHÉDOZEAU
valenciennes@lavoixdunord.fr

VALENCIENNES.

Chez Cheaper, les fringues vendues au kilo



PHOTO THIERRY TONNEAUX

L'hebdomadaire culturel *Télérama* faisait du boom des fripes sa « une » la semaine dernière : « *Le neuf peut aller se rhabiller.* » C'est un mouvement de fond qui fait presque de l'achat des vêtements de se-

« Les gens changent leur manière de consommer, c'est très net depuis l'arrivée du Covid. »

conde main un acte politique. « *Les gens changent leur manière de consommer, c'est très net depuis l'arrivée du Covid* », observe Karine Debuire, qui a ouvert Cheaper en octobre, rue de la Vieille-Poissonnerie,

dans les anciens locaux de Cache-cache. Avec sa fille Valentine, en contrat aidé, elle y développe un concept inspiré de Kiloshop. Le lancement de l'enseigne en juin, à Anzin, a connu des ratés pour un problème de conformité du bâtiment qui a bouleversé tous les plans. « *Le maire aurait voulu qu'on reste dans sa commune.* » La cheffe d'entreprise n'a pas résisté aux sirènes de Valenciennes.

Chez Cheaper, les habits se vendent au poids, pour 15 € le kilo (chez Kiloshop, à Lille, il faut compter entre 20 et 60 €), qu'ils soient d'occasion ou neufs (et donc issus de la surproduction des marques). Le démarrage a été timide, « *mais on arrive à ce qu'on s'était fixé comme objectif* », constate Karine Debuire, sûre de la pertinence de son projet. ■

L'Œil vintage, à la mode du XX^e siècle

Passionnée par la mode, elle en exècre le côté obscur. Parce que l'industrie du vêtement est le deuxième plus gros pollueur mondial, qu'elle exploite des enfants à l'autre bout du monde... Manon Delporte, 21 ans, sortira diplômée le mois prochain de l'Esmod spécialisée dans la mode à Roubaix. Son projet de faire vivre une boutique de vêtements vintage, elle le caressait avant de passer son bac. Elle l'a peaufiné dans l'intervalle en construisant sa base clients sur les réseaux sociaux, puis en ouvrant un *corner* dans le magasin de fleurs que tiennent ses parents – boulevard Pater d'abord et aujourd'hui à Orsinval. Elle a su saisir également l'opportunité

que représentait ce local de 70 m² que la CCI lui amène sur un plateau (remise à neuf, loyer modéré, pas de fonds de commerce à racheter) – miracle du CRAC, le Contrat de revitalisation artisanale et commerciale instauré à Valenciennes. À compter de juin, le consommateur viendra y dénicher la pièce unique, produit de marques qui, pour certaines, n'existent même plus. Prix à l'unité, pas au kilo, mais tarifs « *50 % moins chers que dans les friperies lilloises* »... L'Œil vintage complètera l'offre de Cheaper dans une rue de la Vieille-Poissonnerie qui évoque à Manon Delporte la rue Gambetta, à Lille. Passée de splendeur à décadence, cette dernière a retrouvé désormais « *un dynamisme incroyable* ». ■



PHOTO SAMI BELLOUMI

À PETITE-FORÊT, KIABI FAIT DE LA PLACE POUR LA SECONDE MAIN

Les grandes enseignes aussi ont saisi combien la seconde main était dans l'air du temps. Le magasin Kiabi de Petite-Forêt lui dédie depuis fin novembre un espace de 25 m². Une formule encore en phase de test. « *Les premiers consommateurs de seconde main, ce sont nous, les collaborateurs !, s'enthousiasme Marie Maillard, en charge du projet. Il était donc intéressant, pour nous tous qui nous sentons concernés par ce mode de consommation, d'animer cet espace de vente.* » Trois familles de produits sont en rayons : femme, junior et bébé. Les vêtements pour les hommes seront proposés ultérieurement mais dans des magasins plus grands. « *Ceux que vous trouvez ici viennent des quatre coins du pays. C'est notre prestataire extérieur Patatam qui trie, lave, étiquette et redistribue les articles collectés dans les points dédiés.* » « *Je trouve que c'est une super démarche !, commente Delphine, une cliente. Cela permet d'offrir à mes enfants des marques à petit prix.* » CL. B. (CLP)