

OISE**Le boom du prêt-à-porter pour enfants****Commerces**

DU PAREIL au Même, Petit Bateau, Magasin Z, Okaïdi, Sergent Major, Arthur et Zoé, Soleil et Compagnie, Bébé 9, Jacadi, Lapin Bleu... En l'espace de quelques années, voire de quelques mois, les boutiques de vêtements pour enfants envahissent la ville et son centre historique. Compiègne compte un peu plus de 43 000 habitants et les parents n'ont que l'embarras du choix avec les douze boutiques uniquement consacrées à leurs chers petits, sans parler de celles qui se situent à Jaux-Venette. En comparaison, Beauvais, qui bat Compiègne de 20 000 habitants, compte deux fois moins de magasins spécialisés dans le prêt-à-porter pour enfants. Le dernier venu dans la cité impériale se nomme la **Compagnie** des Petits. Celui-ci a choisi de s'installer en face de l'hôtel de ville, lieu stratégique. Arrivée début mars, cette marque se positionne sur des produits de moyenne gamme en intégrant

la mode du moment pour que l'enfant de 0 à 10 ans soit toujours dans le coup. « Le centre-ville de Beauvais est trop étendu, Senlis n'était pas un choix stratégique car nous avons Saint-Maximin à côté, Compiègne était donc idéal ! S'il y a de la concurrence, il y a de la demande », explique Frédérique Fèvre, la gérante du magasin. « **Les parents dépensent sans compter** » « Nos clients sont compiégnais, viennent des communes alentour et même de l'Aisne », explique Frédérique Fèvre, pour qui s'installer à Compiègne est un retour aux sources : « Je suis née ici. Y revenir me ravit d'autant que le centre-ville est attractif. » Ici, en effet, le revenu moyen est élevé. Si les parents ont le budget pour assortir leur garde-robe à celle de leurs enfants, les magasins suivent. « Les parents dépensent sans compter. Ils ont des enfants plus tard, une fois qu'ils se sont stabilisés dans leur travail, et veulent que leurs petits soient les

plus beaux. Même s'ils se serrent la ceinture, ils ne le feront pas sur le budget enfant », explique Frédérique Fèvre. Le marché a donc de quoi prospérer sans que les commerçants spécialisés se sentent menacés, comme l'assure Véronique Verlin, de l'enseigne Petit Bateau : « Je travaille là depuis dix ans et on se connaît tous, c'est un microcosme ! Il n'y a pas de vraie concurrence, car chacun a ses spécificités. Mais c'est vrai que nous sommes très nombreux ! »

Stéphanie Forestier