



La célébration de la Saint-Valentin est attendue par de nombreux commerçants.

Mattis Fourmier



Saint-Valentin : un temps fort de la vie commerciale insulaire

Pour beaucoup, le 14 février est le rendez-vous incontournable des amoureux. Mais pour bon nombre de commerçants de l'île, l'évènement est surtout perçu comme une opportunité financière à saisir.

JEAN-TOUSSAINT LEGATO

jtlegado@corsematin.com

Bastia, rue César-Campinchi, hier après-midi. D'un pas pressé, Vincent traverse l'artère à sens unique du centre-ville. À moins de vingt-quatre heures du 14 février, il n'a toujours pas trouvé de présent pour sa chère et tendre. « *Habituellement, je m'y prends à l'avance, confie-t-il. Je dois absolument trouver quelque chose avant la fin de la journée !* » Comme des millions de personnes, le trentenaire contribue au juteux marché de la Saint-Valentin. Selon une étude de l'institut YouGov menée en 2023, les Français avaient un budget cadeau de 142 € en moyenne. Une donnée non négligeable, profitant également à bon nombre de commerçants insulaires.

« Ne pas passer à côté de cet évènement »

À quelques mètres de là, la boutique Casanera est prise d'assaut par les clients. Il faut dire que l'enseigne, spécialisée dans la bijouterie, joaillerie et cosmétique, est devenue une institution du centre-ville au fil des années.

« *L'afflux a débuté il y a dix jours, rapporte Sylvia Quefelec, la gérante. La Saint-Valentin est bien évidemment une date incontournable pour nous.* » Au point de tout mettre en œuvre pour plonger le chaland dans un cadre romantique. « *On a voulu créer quelque chose de spécial, poursuit la responsable. Avec un magasin décoré, une ambiance musicale diffusée toute la journée.* »

Sur les hauteurs de la ville, au Bouillon bastiais, on a mis les petits plats dans les grands. Pour l'occasion, l'établissement ouvert il y a peu propose un menu spécial. Julien Savignat, l'un de ses gérants, estime que cette soirée revêt une importance capitale. « *L'année dernière, lorsque nous étions sous l'enseigne du "Select", ce fut une de nos plus grosses soirées de l'année, se rappelle-t-il. Concrètement, on a fait 150 % de plus que notre chiffre d'affaires quotidien moyen.* »

De l'autre côté de Vizzavona, à Ajaccio, on s'active également. Chez Lily fleurs,

« Concrètement, l'année dernière, on a fait 150 % de plus que notre chiffre d'affaires quotidien moyen »

depuis une semaine, c'est l'effervescence. « *C'est un gros morceau de notre chiffre d'affaires* », assure François Salini, le gérant. Un événement qui semble être bien ancré dans les habitudes de consommation des ménages, selon le commerçant. « *De mon point de vue, j'ai l'impression que cela prend de l'ampleur* », estime-t-il. Et pour répondre à cette forte

demande, il a pris ses dispositions : « *Nous avons reçu trois palettes*, énumère-t-il. *Cela représente environ 6 000 pièces à la vente, sous forme de bouquets, ou autres... Nous sommes prêts ! De toute façon, on ne peut pas se permettre de passer à côté de l'événement.* »

Des propos qui trouvent également un écho chez les restaurateurs de la cité im-

périale. Dans la vieille ville, le restaurant l'Auberge ajaccienne affiche complet depuis dix jours. Qu'importent les crises économiques, pour Simon Comelli, le 14 février reste une date cochée sur le calendrier de bon nombre d'Ajacciens. « *Ils sont au rendez-vous tous les ans, note-t-il. Et ce, en dépit de l'inflation.* » Une situation dont le commerçant ne peut que se satisfaire : « *Avec la Saint-Valentin, on sait que même si le mois de février peut être difficile, on a de quoi se rattraper en un soir.* »