

les nouvelles publications

économiques et juridiques

oxygène

Nouvelles ambitions pour Grand Littoral

L'association des commerçants de Grand Littoral s'est renouvelée et fait appel à une nouvelle agence de communication pour gérer les ambitions 2007 de la zone. Son slogan ? « Marseille Grand Littoral, Top of Marseille, la destination shopping pour tous et tout sous le même toit ». Avec ses 200 magasins et services, la zone entend bien dépasser son chiffre d'affaires 2005 de 350M€ (hors station essence).

Depuis le début de l'année, une nouvelle zone vient de voir le jour à Grand Littoral. La zone Azur accueille déjà huit nouvelles enseignes sur ses 14.000 m². Les marques déjà installées sont

ndlr) » explique Fabien Fabiani, le nouveau président de l'association des commerçants. « Marseille Grand Littoral est un acteur économique attaché aux valeurs citoyennes », poursuit-il. « Nous sommes en effet signataires de la charte de l'emploi avec l'Anpe de Bougainville, ce qui représente un bassin d'emplois directs de 1.500 postes ». En cinq ans, la zone a connu une augmentation de son chiffre d'affaires de l'ordre de 5 à 10 %. Sa clientèle se compose à 70 % d'actifs. « On note d'ailleurs un pic de fréquentation pendant la pause déjeuner en semaine ». Une fréquentation en augmentation constante. Elle est passée de 8,2 M de visiteurs en 97, à 13,4 M en 2006. Soit 41.000 visiteurs par jour. Parmi les actions à



UNE PARTIE DU NOUVEAU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE MARSEILLE GRAND LITTORAL. DE GAUCHE À DROITE : LAURENT DESCHORGES, MEMBRE TITULAIRE, ALAIN PAVILLI, DIRECTEUR DU CENTRE COMMERCIAL, JANNY COHEN-GAGÉ, TRÉSOSIER, FABIAN FABIANI, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION DES COMMERÇANTS, FÉLIX DÉDIE, MÉTRIS, SECRETAIRE ET ERIC HALLEGANES, MEMBRE TITULAIRE.

Esprit Jules, La Compagnie des Petits, Mexx, Miss Coquine, Quicksilver, Septime Coiffure, Soho et Soleil Sucre. D'ici à la fin du mois d'avril, on attend aussi Bershka, Pull & Bear, Nocibé, Resdinks et la Cure Gourmande. « Nous comptons sur le nouveau pôle restauration pour attirer une nouvelle clientèle. Il sera conçu comme une place de village, regroupant des établissements variés (sushi, wok, traditionnel, bio etc.,

venir, destinées à drainer une clientèle issue du « grand Marseille » (Martigues, Aix...). Grand Littoral met en jeu le jour de la Saint Valentin de nombreux cadeaux, organise du 21 au 24 mars « Top of Santé » (autour du diabète) et promet un grand concours de mode. Nous reviendrons plus en détail sur Grand Littoral à l'occasion d'un prochain dossier consacré aux zones commerciales du département. A.Z.