



# PSE

Retrouvez PSE sur  
[www.journalpse.com](http://www.journalpse.com)  
l'infoéco en continu

1,50 € ABONNEMENT : 14€ PAR AN

TOUTE L'ÉCONOMIE DE LA PROVENCE

4

PSE-N°49 MARS 2007

## BUSINESS & MARCHÉS

### Marseille Grand Littoral se veut au «top» !

*Pour sa 10<sup>e</sup> année d'existence, le centre commercial mise sur la communication. Et veut attirer 10 % de visiteurs supplémentaires d'ici deux ans.*



La nouvelle équipe de l'association des commerçants de Grand Littoral autour de Fabien Fabiani, son président (au centre sur la photo).



«**E**tre au Top of Marseille... telle est l'ambition affichée par la nouvelle équipe de l'association des commerçants du centre commercial Grand Littoral. «Nous souhaitons en faire un véritable lieu de vie» explique Fabien Fabiani, président de l'association.

Autour du concept de «Top» qui s'appuie sur la situation exceptionnelle (115 m d'altitude), le parking sécurisé de 5 000 places, la citoyenneté de l'entreprise soucieuse de l'environnement comme de l'emploi, l'offre éclectique de près de 200 boutiques et 19 restaurants... sera donc déclinée tout au

long de l'année une pléiade d'événements.

Témoin, le prochain «Top of Santé» qui sensibilisera du 21 au 24 mars le public au danger du diabète. Plus ludique, le «Top of Model» prendra le relais en avril et ainsi de suite.

Au total, c'est un budget communication de 760 000 euros (budget global de l'association : 1,2 M€) qui est consacré à la stratégie de développement du centre.

Objectif : doper la fréquentation,

41 000 visiteurs/jour en hausse annuelle de 2 % (13,4 millions en 2006) à... 10 % en 2009. Avec un Ca de 350 M€, hypermarché Carrefour compris, et 1 500 emplois directs, Grand Littoral se porte bien. Reste à remplir les 14 000 m<sup>2</sup> de la zone Azur récemment ouverte où s'implanteront vingt nouvelles enseignes, dont une dizaine déjà installée, et un espace panoramique de plusieurs restaurants.

Marie-Odile HELME