

ÉCONOMIE

Grand Littoral s'habille en XL

A 115 m d'altitude, le centre commercial Grand Littoral a la tête dans les nuages. Il affiche pour ses dix ans d'existence un chiffre d'affaires de 350 millions d'euros. Carrefour compris (le 1^{er} sur Marseille, NDLR). La nouvelle équipe de l'association des commerçants a fait le point hier sur cette année 2007, surtout placée sous le signe de la réouverture de 14 000 m² de surface commerciale pour 20 enseignes et un espace de multi-restauration panoramique dominant la rade de l'Estaque.

Grand Littoral voit donc loin et large, retrouvant sa taille XL des origines, avant les soucis de structure des bâti-



► L'association des commerçants, présidée par Fabien Fabiani, se réjouit de la réouverture de 14 000 m².

PHOTO DR

ments. Le centre s'appuie sur une nouvelle agence de communication (Atout Organisation Science), à grands coups de campagnes de publicité estampillées Top (Top of Saint

Valentin à venir). Fort de ses 5 000 places de parking gratuites, ses 200 magasins avec notamment 8 nouvelles enseignes (Soho, Mexx, Esprit...) que vont bientôt compléter

Nocibé, le centre attire 13,4 millions de visiteurs chaque année (41 000 par jour) contre 8,4 millions la 1^{ère} année.

Si Grand Littoral ne peut lutter contre Plan-de-Campagne et ses 800 millions de chiffre d'affaires, il a ses fidèles: 53 % de ses clients viennent une fois par semaine sans compter le flux touristique estival de 80 000 visiteurs. Sa clientèle est composée à 70 % d'actifs de 20 à 50 ans. L'objectif est désormais d'attirer la clientèle de tout l'étang de Berre à seulement vingt minutes de là et de séduire une enseigne de culture-loisirs, seule carence notable. ■

Agathe Westendorp