



## LA VALENTINE Un centre commercial encore plus grand

21 nouvelles boutiques, dont H&M, San Marina ou Sport 2000, ouvrent leurs portes aujourd'hui. Un afflux de clients supplémentaire est attendu. / PH. F. SPEICH P.3



La Provence - 24 Août 2011

MARSEILLE

Mercredi 24 Août 2011  
www.laprovence.com

3

# La Valentine : un centre taille XXL

**AMÉNAGEMENT** Ouverture aujourd'hui de 21 nouvelles boutiques à l'intérieur du Grand Centre commercial

Le Grand Centre de La Valentine a souvent été pionnier. Créé en 1970, c'est le plus ancien centre commercial de province. C'est également le plus prolifique en terme de chiffre d'affaires, hormis la région Île de France.

Aujourd'hui, 21 nouvelles enseignes ouvrent leur porte, ce qui porte le nombre total de boutiques à 60. "Il a fallu 18 mois de travaux pour finaliser l'édification des magasins supplémentaires. C'est une extension très importante pour la partie est de Marseille", se réjouit Bruno Mouton, le directeur du centre.

Mais ces nouvelles enseignes trouveront-elles leur place dans une zone géographique déjà fournie - sinon saturée - par ce genre d'offre commerciale? La Capelette s'appête à recevoir son complexe d'ici 2010, Auchan Saint-Loup en possède déjà un et rôde toujours le projet d'un village de marques dans le secteur de La Valentine. "Il n'y a pas de risque de doublon. Notre

**18 mois de travaux pour 21 nouvelles boutiques.**



À l'heure du rangement et des derniers préparatifs, hier, avant la grande ouverture de ce matin.

/ PHOTOS FRÉDÉRIC SPEICH

**130 emplois créés et un objectif de 6 millions de clients par an.**

ront aux boules!" Ou l'inverse... À l'intérieur, pas de sentiment d'étouffement. L'espace, épuré, reste lumineux grâce aux nombreuses ouvertures au plafond. Des bornes wi-fi gratuites ont même été installées pour les perdants à la pétanque...

### Trafic d'affluence

Côté chiffres, la direction promet une création de 130 emplois avec ces nouvelles galeries marchandes. Et donc un afflux supplémentaire de clients. "On tourne en moyenne à 5 400 000 consommateurs par an. Pour 2011, on table sur un objectif de plus de 6 millions de clients", espère Bruno Mouton.

Se pose alors le sempiternel problème de la circulation, La Valentine étant presque inaccessible à certaines heures de la journée, et souvent le week-end. "On est en réflexion", raconte le responsable des lieux. "On a construit deux voies et un rond-point qui gèrent très bien le flux." Mais de manière générale, selon le responsable, "il n'y a pas de souci particulier de trafic, hormis les périodes de fêtes." En outre, des "points taxis" ont été installés. Le client pourra rentrer directement en contact avec une compagnie pour obtenir un chauffeur. Au pas de course?

Hugo GIUSTI

offre propose un complément de prêt-à-porter, et une multiplication du choix pour toutes les enseignes, qui, pour la plupart, seront des enseignes de renom. H&M, San Marina, Sport 2000...", précise le directeur. "D'autre part, les marques com-

me IKKS Woman ou Banana-moon étaient présentes exclusivement dans le centre-ville marseillais. Plus maintenant."

### Tu tires ou tu pointes?

L'objectif principal pour le projet d'agrandissement, est

aussi de revoir l'ergonomie du centre. "Le client doit s'y sentir à l'aise, comme chez lui", explique Christophe Bergerac, directeur d'opération et responsable de la nouvelle architecture. "On a voulu s'approcher de l'architecture locale, et créer une ambian-

ce provençale." Une inspiration méditerranéenne choisie en consultation avec certaines entreprises locales, et réalisée en partenariat avec le cabinet d'architecte Cimaise. Façade en pierre sèche, bois de pin maritime, espaces verts qui embau-

ment la lavande, balcons d'oliviers et même quelques bouledromes le long du parking, pour concours de pétanque à venir. Pas de doute, on se retrouve bien dans un décor pagnolesque. "Pendant que les femmes feront les courses, les hommes jouent

## MODE

### H&M complète sa collection

Et de sept! L'enseigne H&M ouvre une septième boutique à Marseille, au grand centre de La Valentine. "Depuis notre première ouverture à Marseille en 2000, nous nous sommes fortement implantés et avons tissé d'étroites relations avec les Marseillais", constate Alexandra Martin, attachée commerciale de la marque. "Avec l'ouverture de ce nouveau point de vente situé entre Marseille et Aubagne, nous pourrions accueillir une population plus excentrée", continue-t-elle. Aucun risque de doublon là non plus semble-t-il, puisque "pour la première fois, l'ensemble des collections homme, femme et enfant seront réunis au même endroit." Un espace de 1 600 m<sup>2</sup> sur deux étages pour l'entreprise suédoise Hennes & Mau-

ritz AB (H&M) qui possède déjà 150 points de vente en France depuis 1998 et compte près de 5 000 collaborateurs.

Côté style cette année, "les influences des années 70 sont très nettes pour la femme. La mode masculine, elle, joue avec les matières, les formes et les combinaisons de couleurs", précise Alexandra Martin. Après Lagerfeld, Jimmy Choo ou Lanvin, c'est la styliste italienne Donatella Versace qui collabore avec la marque pour la prochaine saison. Un ton "Glamour et Rock'n'Roll, jouant la carte des imprimés, du cuir et du doré, d'accessoires et d'une collection de bijoux fantaisies". Début des hostilités ce matin à 9 heures.

H.G.