

Avec les Galeries Lafayette sur quatre étages en figure de proue, le nouveau centre de Klépierre veut séduire la clientèle aisée du 8<sup>e</sup> arrondissement.

# Le Prado joue le shopping d'exception à Marseille

**E**t un centre commercial de plus, avec pour joyau des Galeries Lafayette flambant neuves remplaçant l'ancien grand magasin de la rue Saint-Ferréol, fermé il y a un mois. C'est le bel équipement dont les Marseillais disposent depuis le 29 mars, avec l'ouverture du Prado dans le 8<sup>e</sup> arrondissement de la ville, près du stade Vélodrome. Mais qu'ajoute donc Klépierre, le promoteur du site, aux offres des Terrasses du Port, de Grand Littoral, du Centre Bourse, des Docks Village ou de La Valentine, déjà installés sur la carte du Monopoly phocéen ? Un *shopping d'exception*, slogan du nouveau lieu à la conquête de la clientèle aisée des quartiers sud de Marseille. Cette exception s'applique déjà à la configuration du lieu. En partant de la contrainte d'un espace urbain réduit, les cabinets d'architectes Benoy et Rogeon ont abouti à un concept vertical « ouvert-fermé » semblable à une rue commerçante. Le Prado superpose en effet cinq étages, coiffés d'une canopée en hauteur laissant entrer air et lumière.

### Marques locales...

Les Galeries Lafayette occupant à elles seules 9 500 m<sup>2</sup> de surface commerciale utile (6 400 m<sup>2</sup> de vente) sont la première caution du style de shopping revendiqué. En plus de marques de luxe - Gucci, Burberry, Saint Laurent, Valentino, Prada -, le grand magasin propose des griffes recherchées comme Maison Kitsuné et A.P.C. Et ajoute une note régionale avec ses espaces Dans l'œil de Marseille. On y découvre une trentaine de marques locales comme les savons

La Corvette, les bougies Lou Candeloun, les T-shirt Le Marseillais, les jeux de pétanque La Boule bleue ou les créations du Potier marseillais. Chaque étage des Galeries débouche sur les niveaux du centre, jouant aussi la carte de l'exception. Pas d'enseignes mass-market en dessous de Zara, qui avec 3 300 m<sup>2</sup> sur deux niveaux, ouvrant mi-mai, sera le plus grand de la région Paca. Et un supermarché de choix puisque Auchan gourmand occupera 2 300 m<sup>2</sup>.

### ... Et pop-up stores

Au rang des exclusivités, Repetto, Tesla et les cosmétiques Sabon arrivent à Marseille. La bijouterie locale Pellegrin & Fils côtoie le joaillier Mauboussin. Le centre veut aussi séduire les jeunes urbains avec Sweet Pants (sportswear), Harmont & Blaine (griffe italienne) ou Lacoste. Plusieurs pop-up exclusifs personnalisent encore le Prado, tel MonPetitBikini, spécialiste de la vente de maillots de bain en ligne, Emma & Chloé, créateurs de bijoux, ou Madeleine & Gustave, signature de décoration intérieure intemporelle. Une quarantaine de magasins triés sur le volet qui font le pari de séduire 7 millions de visiteurs annuels en vitesse de croisière. ■

DANIEL BICARD

**23 000 m<sup>2</sup>**  
La surface de vente

**40**  
Le nombre de boutiques et une dizaine de restaurants

**DONT les Galeries Lafayette**  
**9 500 m<sup>2</sup>** dont 6 400 m<sup>2</sup> de vente sur 4 niveaux

**7 millions** de visiteurs annuels attendus en vitesse de croisière

Source : Klépierre



« Le Prado n'est pas un énième centre commercial. Il se distingue par son architecture et par la qualité et la variété de son offre commerciale, dont les Galeries Lafayette sont le phare. »

**Guillaume Lapp**, directeur général des centres commerciaux France et Belgique de Klépierre



**VERTICALITÉ**

Les 23 000 m<sup>2</sup> du Prado ne s'élèvent pas seulement sur cinq étages de commerces, mais surplombent sept niveaux de parkings en sous-sol (760 places).



**VOISINAGE DE CHOIX**

Les courbes du Prado s'épanouissent dans le 8<sup>e</sup> arrondissement de Marseille, cadre de vie privilégié de 290 000 habitants. Le parc des Expositions et le stade Vélodrome voisins accueillent 3,5 millions de visiteurs par an.



**LES « NOUVELLES » GALERIES LAFAYETTE**

Exit les 6 000 m<sup>2</sup> fermés, rue Saint-Ferréol. Les Galeries Lafayette renaissent en locomotive du Prado sur 6 400 m<sup>2</sup> et quatre étages.



**DOUCEUR MÉRIDIONALE**

Moins minimaliste que le magasin de Carré Sénart, ouvert en octobre, le décor des Galeries Lafayette évoque la douceur de vivre marseillaise dans des roses et bleus pastel.

**CANOPÉE ÉCOLOGIQUE**

À 30 mètres du sol, les 1 750 panneaux vitrés de la canopée constituent la signature architecturale du Prado. Les malls qu'elle surplombe n'étant ni chauffés ni réfrigérés participent de la certification environnementale Breeam Excellent du site.

**QUATRIÈME TESLA DU GENRE**

La marque de voitures électriques, ici installée sur 250 m<sup>2</sup>, est déjà présente à Polygone Riviera (06), Parly 2 et Vélizy 2 (78).



PHOTOS : STEPHANE BUTT / MINGLEPROO



**EXCLUSIVITÉ EN CENTRE COMMERCIAL**

Repetto, griffe de chaussons de danse et ballerines branchées, ouvre sa première boutique en centre commercial.

