



**ESPACE
SAINT-GEORGES
TOULOUSE**



OUVERTURE PREMIERE PHASE

30 NOVEMBRE 2005

Contacts Presse :

ALTAREA : Jean Sylvain CAMUS
Tél : 01 44 95 51 76
e-mail : js.camus@altarea.com

ESPACE SAINT-GEORGES : Fabrice RAVENEAU
Tél : 05 61 12 23 00
e-mail : raveneau.f@altarea.com

ESPACE
SAINT-GEORGES
TOULOUSE

Ouvert en 1978, le centre commercial Saint Georges est intégré dans un ensemble immobilier regroupant, autour de la place Occitane, des immeubles d'habitations et de bureaux ainsi que des parkings publics et privés sur 3 niveaux en infrastructure.

En 1999, Altarea a acquis une participation dans l'Espace Saint-Georges.

Depuis plusieurs années, la mairie de Toulouse mène par ailleurs une série d'études visant à améliorer les conditions de fonctionnement de cet ensemble immobilier et commercial, afin de :

- redynamiser fortement le quartier,
- simplifier et améliorer les flux piétons,
- réaménager les parcs de stationnement et les espaces publics,
- revitaliser les commerces.

Dans cette optique, un partenariat entre la ville de Toulouse, Vinci Park (propriétaire des parkings), et Altarea voit le jour.

Le 19 décembre 2002, le projet reçoit l'autorisation de la C.D.E.C. (Commission Départementale d'Équipement Commercial).

Les travaux de rénovation ont débuté en juin 2004 et s'achèveront à l'automne 2006.

En octobre 2005, Altarea a acquis la totalité de l'Espace Saint-Georges

L'ouverture du centre est prévue en deux phases :

- 30 novembre 2005 pour la phase 1 (côté Boulevard Carnot)
- à la rentrée 2006 pour la phase 2 (côté Saint Jérôme).



LE PROJET

L'enjeu majeur de cette rénovation est de créer dans l'Espace Saint Georges un réel confort d'achat pour la clientèle et une attractivité commerciale correspondant à l'hyper centre toulousain.

La rénovation permet :

- de répondre aux attentes tant de la clientèle que des commerçants par des espaces conviviaux et modernes s'inscrivant dans les flux urbains d'un quartier marchand,
- de créer de nouvelles opportunités d'implantation pour des concepts novateurs et des enseignes à forte notoriété nationale et internationale sur des formats de moyennes unités,
- de densifier l'offre des boutiques et de services, éléments indispensables pour créer un lieu de vie approprié aux achats plaisirs,
- d'offrir à la moyenne surface alimentaire (Casino) la possibilité de proposer un concept plus qualitatif dans un environnement de proximité en hyper-centre ville.

Par ailleurs, le projet prévoit la **réunion des parkings Est et Ouest** en une seule entité, avec un groupement des circulations verticales vers le centre commercial et la place Occitane en un seul point central.

LE PROJET

La rénovation de l'Espace Saint-Georges permet de rendre le centre à la fois plus visible et plus ouvert sur son environnement urbain immédiat et de simplifier les cheminements à l'intérieur du centre commercial.

> 3 entrées piétonnes :



La **porte Saint-Jérôme**, visible depuis la rue Alsace Lorraine s'ouvre largement vers la ville, offrant une perspective traversante et renforcée par un traitement de sol qui intègre la rue. Un auvent en métal cuivré se déploie en sous-face et sous les lambrequins, donnant à ce passage une identité forte.

L'**entrée Carnot** est constitué d'une courbe en rez-de-chaussée liant, dans une continuité urbaine, les rues Maurice Fonvieille et rue du Rempart Saint Etienne. Un vaste volume, formé par 2 cônes elliptiques, est érigé à l'angle des rues et boulevard et permet aux piétons et aux automobilistes de parfaitement identifier les entrées.

L'**accès Capitouls**, situé sur le cours des Capitouls perpétue la liaison Nord-Sud déjà existante entre le cour des Capitouls et le centre commercial.

> Le mail :



Le mail est redessiné pour assurer une meilleure diffusion des flux au sein du centre. Ce mail est, par ailleurs, agrémenté de puits de lumière naturelle et de verrières participant pleinement à la création de l'ambiance.

Un axe, entre l'entrée Saint Jérôme et celle du boulevard Carnot, assure à la fois une meilleure circulation et une intégration du centre dans son environnement proche. Une boucle de circulation interne permet la répartition des flux en cœur d'îlot commercial où une nouvelle place est créée.



Sur cette place se situent sous une belle verrière, les principales circulations verticales et notamment les accès directs aux 3 niveaux de parking.

**DONNEES
ECONOMIQUES
ET FINANCIERES**

> **Zone de chalandise**

La zone de chalandise retenue représente près de 900 000 habitants. Elle se caractérise par une forte progression démographique.

> **Chiffres d'affaires et fréquentation prévisionnels**

A partir de la 3^{ème} année d'exploitation de la surface totale du centre, le chiffre d'affaires prévisionnel global de l'Espace Saint- Georges devrait atteindre 74 millions d'euros TTC, pour une fréquentation de 6 millions de visiteurs.

> **L'emploi**

Les prévisions concernant le nombre d'emplois s'établissent à 355 en phase complète d'exploitation du centre commercial, soit 308 équivalent temps plein, répartis de la manière suivante :

- **70 personnes** soit 61,5 postes équivalent temps plein pour le supermarché.
- **130 personnes** soit 111 postes équivalent temps plein pour les moyennes surfaces.
- Environ **155** pour les boutiques

LES ENSEIGNES

Phase 1

CASINO*	Supermarché
BEL & BLANC*	Blanchisserie, teinturerie
BLEU CITRON	Bijoux Fantaisie
CARNET DE VOL	Prêt à Porter Homme
EUROPA QUARTZ	Montres
JEAN-CLAUDE AUBRY	Coiffure
LA BRIOCHE DOREE*	Viennoiserie
LE BONHOMME DE BOIS	Jeux, jouets
MAXI LIVRES*	Librairie
OBAIBI	Prêt à Porter Bébé
OKAIDI	Prêt à Porter Enfant
PARASHOP*	Parapharmacie
PHOTO SERVICE*	Photo
PHOTOMATON*	Services
PROMOD*	Prêt à Porter Femme
STEFANEL	Prêt à Porter Femme, Homme, Enfant
TEL AND COM	Téléphonie
THE PHONE HOUSE	Téléphonie
ZEN EAT	Café, restaurant, vente à emporter

(*) Enseignes déjà présentes et transférées

Phase 2

ZARA	Prêt à Porter Homme, Femme, Enfant
BERSHKA	Prêt à Porter Jeune
SEPHORA	Parfumerie
AGATHA	Bijoux fantaisie
AVENTURES CREATIVES	Loisirs créatifs
BIJOUX BRIGITTE	Accessoires de mode
CACHE CACHE	Prêt à Porter Femme
CHRISTINE LAURE	Prêt à Porter Femme
CLAIRE'S	Bijoux fantaisie
DEPECH'MOD	Prêt à Porter Femme
ETAM LINGERIE	Lingerie féminine
LA BRIOCHE DOREE	Boulangerie, vente à emporter
LAFARGE	Maroquinerie
MARC LABAT	Maroquinerie
MEXX	Prêt à Porter Homme et Femme
MISS COQUINES	Chaussures, bijouterie fantaisie, maroquinerie
PASCAL COSTE PEOPLE	Coiffure mixte
PATRICE BREAL	Prêt à Porter femme
PIERY	Bijouterie

LE GROUPE
DE REALISATION

- > Conception, réalisation : **ALTAREA**
- > Commercialisation : **ALTAREA**
- > Gestion : **ALTAREA**
Directeur du centre : **Fabrice RAVENEAU**
- > Architectes : **Jean-Pierre BUFFI**
Guérin & Pedroza

L'ESPACE
SAINT-GEORGES
RECAPITULATIF

- > Surfaces :
 - Totale SHON 16.450 m²
 - Totale GLA 13.200 m²
 - de vente : 10.300 m²
dont 4.920 m² créés
- > Stationnement : 1.200 places
- > Autorisation de C.D.E.C. 19 décembre 2002
- > Début des travaux : Juin 2004
- > Ouverture première phase : 30 novembre 2005
- > Fin des travaux 2^e phase : Rentrée 2006

ALTAREA
FONCIEREMENT
CREATEUR

Fondé en 1994 par Alain TARAVELLA et Jacques NICOLET, ALTAREA est à la fois une foncière dédiée à l'investissement dans les centres commerciaux et un opérateur industriel global du marché de l'immobilier.

- > **Foncière** : ALTAREA est une foncière dont la totalité des actifs patrimoniaux sont des centres commerciaux ou galeries marchandes principalement situés en centre-ville.
- > **Opérateur** : ALTAREA conçoit, réalise, commercialise et gère des ensembles immobiliers complexes avec une dominante commerces et faisant appel à toutes les compétences du groupe qui a également une activité significative dans la promotion de logements.

Ce **double positionnement** de foncière et d'opérateur permet à ALTAREA d'offrir aux collectivités locales une **réponse unique** à des problèmes d'urbanisme complexes tout en s'inscrivant avec elles dans une relation d'investisseur à long terme.

ALTAREA est coté sur Eurolist (Compartiment B) d'EURONEXT PARIS (ALTA, FR0000033219).

ALTAREA en chiffres (au 30 juin 2005) :

- Un patrimoine de 16 centres commerciaux représentant 170.000 m² (part du groupe)
- Valeur d'actifs : 504,2 M€
- 20 centres commerciaux gérés dans toute la France
- Plus de 300.000 m² commerciaux en projet en France et en Italie pour un investissement prévisionnel de 813 M€
- 200 collaborateurs

> La création de centres commerciaux en centre-ville.

Le groupe ALTAREA s'est fait une spécialité des **problématiques de restructurations des centres villes**. Confrontées à une importante évasion commerciale vers la périphérie, la plupart des villes françaises ont aujourd'hui l'ambition de renforcer l'attractivité de leur centre. Les nouvelles attentes des consommateurs en terme d'offre et de confort d'achat font de la réalisation de centres commerciaux en centre-ville un des facteurs de cette re-dynamisation. Le groupe œuvre ainsi à des projets collectifs, illustrations parfaites du partenariat entre le secteur public et le secteur privé. Ce savoir-faire se développe en Europe avec Altarea Italia qui a réalisé en partenariat, un centre commercial dans un quartier de Rome : Casetta Mattei et avec Altarea España.

ALTAREA
FONCIEREMENT
CREATEUR

> La création de centres de loisirs urbains.

Le Groupe s'est également illustré avec la création dans les grandes agglomérations de **centres commerciaux urbains axés sur les loisirs**. Les études faites autour de la consommation montrent que le consommateur attend de celle-ci qu'elle donne un sens à sa vie en respectant les valeurs auxquelles il tient, faites notamment d'authenticité et qui s'inscrivent par ailleurs dans une tendance plus générale d'accroissement du temps consacré aux loisirs et à la détente. C'est pour répondre à ces nouvelles attentes que **Bercy Village** a été conçu.

Dans le même esprit, ALTAREA réalise, par le biais de sa filiale Altarea Italia, **Ponte Parodi** un grand centre de loisirs et de commerce sur le port de **Gênes**, dans le cadre de l'opération Porto Antico.

En partenariat avec la SNCF, le Groupe innove également avec la création, en 2002, des « **Boutiques Gare du Nord** », premier centre commercial français en gare, situé à la Gare du Nord, première gare d'Europe avec 100 millions voyageurs/passages par an. ALTAREA développe aujourd'hui un projet **Gare de l'Est** à Paris.

> La restructuration de centres existants.

De nombreux centres commerciaux français, ouverts dans les années 1970/1980 sont inadaptés aux modes de consommation d'aujourd'hui à la fois en terme d'ambiance et décoration mais aussi d'offre commerciale. Les restructurer partiellement ou totalement, revoir l'offre commerciale, les enrichir de nouveaux concepts, est un des métiers du groupe ALTAREA. Pionnier avec la restructuration complète d'Espace Anjou à Angers en 1995, il est présent sur ce marché avec **Espace Océan à Nantes**, **Les Tanneurs à Lille**, et plus récemment, avec l'ouverture de la **Galerie de l'Hôtel de Ville à Châlons-en-Champagne** le 15 novembre 2005, centre dont le démarrage est très prometteur..

> Les entrées de ville

Le Groupe Altarea participe au réaménagement des entrées de ville. Le concept Family Village, né de la nécessité de repenser le commerce d'entrée de ville et sa place dans l'agglomération, s'inscrit ainsi dans la stratégie de qualité et d'innovation d'Altarea déjà mise en œuvre dans les centres-villes : implanter dans une architecture unique et respectueuse de son environnement une offre commerciale originale et complémentaire des équipements existants. Compagnie Retail Park, filiale spécialisée, développe des projets notamment à **Aubergenville (78)**, **Le Mans (72)**, **Mougins(06)**, **Brest (29)**.