



ESPACE SAINT-GEORGES TOULOUSE

INAUGURATION
28 novembre 2006



Contacts Presse :

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

EURORSCG : Christelle LION
Tél. : 01 58 47 95 40
e-mail : christelle.lion@eurorscg.fr

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

**ALTAREA :
UNE VISION POUR
LE COMMERCE A
TOULOUSE**

La rénovation de l'Espace Saint-Georges est emblématique du savoir-faire du groupe ALTAREA qui a, dès sa création, fait de la redynamisation du commerce de centre-ville un axe stratégique de développement. Cette rénovation est issue d'une vision globale du centre commercial dans son quartier et dans sa ville.

En 1999, lorsque ALTAREA acquiert une participation dans l'Espace Saint-Georges, celui-ci est un centre commercial obsolète, à l'offre paupérisée et à la fréquentation en déclin, peu représentatif du dynamisme de sa ville.

La création d'un nouveau centre commercial est donc sous-tendue par une approche globale du « produit » qui comprend à la fois la création d'une architecture-événement et d'une nouvelle offre commerciale correspondant aux attentes des consommateurs. Cette vision s'intègre par ailleurs dans la stratégie de redynamisation du commerce toulousain lancée par la Ville de Toulouse.

> Une architecture événement :

L'architecture participe de la reconquête de la place Occitane. Elle doit permettre à la ville de pénétrer à nouveau le quartier. Ainsi la dalle devient une place plantée et facilement accessible ; le centre commercial s'ouvre à son environnement et n'est plus être un lieu caché, voué uniquement à la consommation. Il devient un lieu urbain, un événement dans la ville.

Le travail sur l'architecture du centre permet de le rendre plus clair dans sa compréhension et sa « lisibilité » par les visiteurs, notamment

- > en recréant des mails commerçants rectilignes qui permettent un repérage simple en continuité du cheminement piéton du centre-ville,
- > en regroupant les circulations verticales en un point unique qui offrent un passage « en douceur » entre le centre et les parkings ;

Le centre est également plus clair dans son ambiance grâce à la création de grandes verrières (rendues possibles par la rénovation de la dalle) qui permettent l'arrivée de la lumière naturelle dans la majeure partie du centre. L'utilisation de matériaux contemporains, la création d'un mur végétal dans l'espace d'accès aux parkings concourent à la création d'une ambiance confortable et sereine.

> Une nouvelle offre commerciale

La rénovation permet également d'implanter à Saint-Georges des enseignes nouvelles, modernes, conformes à la fois aux attentes des consommateurs et au besoin de rayonnement du centre-ville de Toulouse.

ALTAREA :
UNE VISION POUR
LE COMMERCE A
TOULOUSE

Par exemple, le maintien du supermarché Casino dans le centre commercial garantit la réponse aux demandes de la clientèle de proximité d'une offre alimentaire. Mais la transformation complète opérée à l'occasion du transfert de la partie Ouest à la partie Est du centre ainsi que le nouveau concept commercial du magasin permettent d'offrir à cette clientèle un vrai service qualitatif.

L'arrivée d'enseignes jusqu'alors absentes du centre-ville comme Sephora, ou de concepts nouveaux comme Le Bonhomme de Bois, La Cure Gourmande, Belros, la création du plus grand magasin ZARA de l'agglomération garantit le rayonnement du centre commercial au-delà de sa proximité.

> L'intégration dans un partenariat public-privé

La rénovation de l'Espace saint-Georges participe de la stratégie de redynamisation du centre-ville lancée par la Ville de Toulouse. Ce partenariat implique également Vinci Park, gestionnaire du parking Saint-Georges.

Pour Jean-Luc MOUDENC, Maire de Toulouse : *« ce projet est exemplaire de ce que l'on doit faire aujourd'hui, c'est-à-dire concevoir un projet d'intérêt général (et la redynamisation d'un centre-ville est d'intérêt général) et en même temps conjuguer cet intérêt général avec la prise en compte de projets professionnels qui donnent une approche harmonieuse et cohérente entre le privé et le public. C'est cette cohérence qui est innovante. »*

> Se mobiliser face à la complexité

Le projet de rénovation de l'Espace Saint-Georges représente un travail de 7 années. Les études juridiques, techniques, le processus de concertation entre partenaires, avec les associations de riverains et de commerçants, avec les services techniques, les organismes consulaires, la conduite du chantier, la commercialisation du centre, sa gestion et sa maintenance pendant la durée du chantier ont mobilisé une équipe d'une quinzaine de personnes du groupe ALTAREA.

Le savoir-faire ainsi mobilisé a permis de mener à bien et dans les délais une rénovation urbaine particulièrement complexe.

UNE RENOVATION
URBAINE
COMPLEXE

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. Cet ensemble urbanistique remonte aux années 1960. Les premières études avaient été lancées en 1955 et l'opération s'est terminée en 1975, soit 20 ans plus tard. Il couvre 5,8 ha en cœur de ville de Toulouse.

Il s'agissait à l'époque d'une opération très lourde : 250 immeubles démolis, 1.360 familles relogées. Au total sur le nouveau quartier 1.500 logements ont été réalisés, 1.600 places de parking public, des places de parking de copropriété, une école primaire, une école maternelle, un centre petite enfance, une bibliothèque et environ 20.000 m² de bureaux. Il s'agissait donc d'un véritable nouveau quartier.

Au fil du temps, de nombreux problèmes sont survenus dans ce quartier : dégradations, difficile gestion de la dalle et problèmes d'insécurité, désertion et paupérisation du centre commercial ont conduit la Ville de Toulouse à travailler sur une opération de rénovation du quartier Saint-Georges.

Cette rénovation a pour but de rétablir l'équilibre entre les attentes des habitants et un quartier animé du cœur de ville. Elle rétablit aussi des communications naturelles entre les trois fonctions du quartier (commerce, habitat et parking), fonctions qui avaient été artificiellement séparées par la création de la dalle Occitane.

Elle unifie trois projets :

1. l'embellissement de la dalle,
2. le projet commercial,
3. la restructuration des parkings tant pour améliorer la sécurité que la lisibilité.

Le protocole d'accord conclu en juillet 2004 entre la Ville de Toulouse, le groupe VINCI et ALTAREA matérialise le partenariat public/privé mis en place à cette occasion qui représente un investissement de 43 M€.

Unique par son ampleur et par son exemplarité, la rénovation du quartier Saint-Georges l'est aussi par sa complexité juridique et technique.

UNE RENOVATION
URBAINE
COMPLEXE

Débrouiller des données urbaines et foncières difficiles :

Elles résultent de l'imbrication des fonctions, de la multiplicité des activités présentes dans l'ensemble du quartier et de l'éparpillement des copropriétés.

Conçu à une époque où les instruments juridiques de gestion des ensembles immobiliers complexes existaient peu ou pas, le quartier de la place Occitane est régi par deux grands types d'organisation :

- > Pour sa partie Ouest par la loi de 1965 sur les copropriétés,
- > Par le régime des baux emphytéotiques consentis par la Ville de Toulouse à la même époque pour la partie Est.

Ainsi, en l'absence d'états clairs de division en volume, un travail d'inventaire juridique a été entrepris par ALTAREA et la Ville de Toulouse afin de déterminer le domaine respectif des trois partenaires et donc le périmètre d'intervention de chacun.

Parallèlement, une démarche de concertation avec les habitants du quartier :

Cette démarche a été initiée par la Ville dès 1996, date de création d'une association de riverains et de commerçants, face au constat de dégradation des conditions de vie et de sécurité dans le quartier.

Dès les premières réflexions sur la rénovation du centre commercial, ALTAREA a entamé un processus de consultation des 1.500 copropriétaires des logements situés sur la dalle. Ces réunions et assemblées générales prévues par la loi de 1965 se sont étalées de 2000 à 2003.

L'accord tripartite de juillet 2004

Celui-ci matérialise le partenariat existant dans les faits depuis 1999 entre la Ville de Toulouse, ALTAREA et Vinci Park et détermine les responsabilités de chacun :

Pour la Ville de Toulouse :

- > Réaménagement paysager de la place Occitane avec agrandissement du centre petite enfance et du groupe scolaire Alexandre-Fourtanier

Pour le groupe ALTAREA :

- > Rénovation du centre commercial (voir plus loin)

Pour Vinci Park

- > Rénovation, sécurisation et réunification du parking Saint-Georges

UNE RENOVATION
URBAINE
COMPLEXE

Un chantier particulièrement contraint

La rénovation du quartier Saint-Georges se caractérise aussi par une grande complexité quant à la menée du chantier proprement dit :

- > Un site de cœur de ville fermé, difficile d'accès
- > L'intervention simultanée de trois maîtres d'ouvrages distincts
- > Pour le centre commercial, mener la rénovation sans interrompre l'activité commerciale
- > En minimisant les nuisances vis-à-vis de l'environnement immédiat.

Quelques chiffres :

- > 15.000 m³ de remblai évacués
- > 10.000 m² de démolition sur la dalle
- > 12.000 m² de démolition dans le centre commercial
- > 1.200 places de parking rénovées, sécurisées dans un parking réunifié
- > 650.000 heures de travail
- > 130 entreprises

UNE RENOVATION
URBAINE
COMPLEXE

Le calendrier de l'opération

- 1978 : Ouverture de l'Espace Saint-Georges
- 1996 : La Ville de Toulouse entame des études sur la requalification de la place Occitane
- 1999 : ALTAREA acquiert une participation dans l'Espace Saint-Georges
Elaboration du partenariat entre la Ville, ALTAREA et VINCI PARK
- 2000 Début de la procédure de concertation avec les riverains et les associations du quartier.
- 2002 : Le projet de rénovation de l'Espace Saint-Georges reçoit l'autorisation de la C.D.E.C. (Commission Départementale d'Equipement commercial)
- 2004 : Signature de l'accord tripartite entre le Ville de Toulouse, ALTAREA et VINCI PARK.
Début des travaux de rénovation du centre commercial.
- 2005 : Ouverture de la première phase de la rénovation de l'Espace Saint-Georges (30 novembre)
- 2006 : 29 novembre, ouverture de la totalité du centre commercial rénové.

L'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.

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'achèvent en novembre 2006.

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

L'ouverture du centre se fait en deux phases :

- 30 novembre 2005 pour la phase 1 (côté Boulevard Carnot)
- 29 novembre 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 Fonvielle et 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.

> **Chiffre 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 (ouverture 30 novembre 2005)

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
TEL AND COM	Téléphonie
THE PHONE HOUSE	Téléphonie
ZEN EAT	Café, restaurant, vente à emporter

Phase 2 (Ouverture 29 novembre 2006)

ZARA	Prêt à Porter Homme, Femme, Enfant
BERSHKA	Prêt à Porter Jeune
SEPHORA	Parfumerie
AGATHA	Bijoux fantaisie
BELROS	Confiserie
BIJOUX BRIGITTE	Accessoires de mode
CACHE CACHE	Prêt à Porter Femme
CHRISTINE LAURE	Prêt à Porter Femme
CLAIRE'S	Bijoux fantaisie
LA CURE GOURMANDE	Confiserie
DEPECH'MOD	Prêt à Porter Femme
EDC by Esprit	Prêt-à-Porter Femme
ESPRIT	Prêt-à-Porter Femme
ETAM LINGERIE	Lingerie féminine
GAME	Loisirs
INTERNITY	Téléphonie, multimedia
LA BRIOCHE DOREE	Boulangerie, vente à emporter
LACOSTE	Prêt-à-porter, sportswear
LAFARGE	Maroquinerie
LIBERTO	Prêt-à-porter
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
POMME DE PAIN	Sandwicherie, vente à emporter
SOHO	Cadeaux
STEFANEL	Prêt à Porter Femme, Homme, Enfant

LE GROUPE
DE REALISATION

- > Conception, réalisation : **ALTAREA**
- > Commercialisation : **ALTAREA**
- > Gestion : **ALTAREA**
Directeur du centre : **Fabrice Raveneau**
- > Architectes : **Guérin & Pedroza
Buffi & Associés**

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
- > Ouverture 2^e phase : 29 novembre 2006

ALTAREA
FONCIEREMENT
CREATEUR

ALTAREA est une foncière de développement spécialisée dans les centres commerciaux. La société construit son portefeuille d'actifs par la mise en service des centres qu'elle développe. Ainsi ALTAREA, créateur d'ensembles immobiliers complexes reste investisseur final et gestionnaire de la partie commerce.

ALTAREA est présente sur les deux principaux segments du marché de l'immobilier commercial : centre-ville et entrées de ville en France, en Italie et en Espagne.

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

ALTAREA en chiffres (au 30 juin 2006) :

- Un patrimoine de 35 centres commerciaux représentant 352.000 m² (part du groupe)
- Valeur d'actifs : 1,07 Md€
- 40 centres commerciaux gérés
- Près de 500.000 m² commerciaux en projet en France, en Italie et en Espagne pour un investissement prévisionnel de 1,2 Md€
- 260 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.

> 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..

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 et **La Murri** en bord de mer à Rimini.

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.

> **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)**.

> **Les prochaines ouvertures de centres :**

En France :

- > **Avril 2007 : Family Village Les Hunaudières à Ruaudin (Le Mans)**
- > **Juin 2007 : Les Boutiques Gare de l'Est à Paris**
- > **Août 2007 : Thiais Village (Région parisienne)**
- > **Novembre 2007 : Family Village Aubergenville (Région parisienne)**

En Italie :

- > **Mai 2007 : La Cittadella à Casale Monferrato (Piémont)**
- > **Fin 2007 : Ibleo à Ragusa (Sicile)**