

Entreprises

Magasins

Décideurs

Frais-froid

Boisson

Epicerie

DPH

Maison

Autres secteurs

Digital Retail

Innovations

LSA TV

[Accueil LSA](#) > [Hammerson](#)

Le premier anniversaire du centre commercial les Terrasses du Port à Marseille en 5 chiffres

Publié le 21 mai 2015 par DANIEL BICARD

Magasins | Centres commerciaux | bilan | Hammerson



Sa terrasse de 260 mètres ouverte sur la mer, de même que son ouverture le dimanche, participent au succès des 61 000 m² et 190 boutiques des Terrasses du Port. Qui depuis le 24 mai 2014 attirent un million environ de visiteurs par mois.

LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Exclusif LSA : visitez les Terrasses du Port à Marseille à 70 jours de leur ouverture (Diaporama)

Huit raisons qui peuvent attirer les Marseillais aux Terrasses du Port

Ces 3 inaugurations de 2014 ont changé la face des centres commerciaux

BILAN

Depuis le 24 mai 2014 les 61 000 m² et 190 boutiques et restaurants des Terrasses du Port à Marseille ont recruté pas loin de 12 millions de visiteurs. Hammerson, son promoteur, recrute les ultimes enseignes qui porteront son taux de commercialisation à 99,2%. Mais cultive aussi ses offres gourmandes, joue les surprises avec ses pop'up stores ou les rendez-vous événementiels de son toit-terrasses pour maintenir l'attraction et les animations 7 jours sur 7.

Il y aura un an le 24 mai 2014, les Terrasses du Port ouvraient à Marseille. «Avec sa magnifique terrasse de 260 mètres de long donnant sur la mer, le centre a su s'imposer auprès des Marseillais comme un véritable lieu de sortie et d'échanges associant boutiques, loisirs et restauration pour tous les goûts » affirme le communiqué de son promoteur, Hammerson. «Avec un million de visiteurs par mois, les Terrasses du Port ont pleinement rencontré leur public dès la première année, appuie Jean-Philippe Mouton, Président de Hammerson France. Nous avons démontré notre capacité à développer un centre qui sera sans doute parmi les plus performants en France dans les cinq années à venir ». Bilan et photographie dynamique en 5 chiffres.

12 MILLIONS DE VISITEURS : LE NOMBRE DE VISITEURS EN UN AN

Au rythme d'un million de visiteurs par mois, les Terrasses du Port ont donc attiré près de 12 millions de visiteurs en un an. Avec ses 61 000 m² GLA, 190 boutiques et restaurants et 2 600 places de parking, les Terrasses du Port a été l'un des plus grands centres commerciaux à avoir ouvert ses portes en 2014 en France.

7 JOURS SUR 7 : LA « GRANDE PLAGE » D'OUVERTURE

Nul doute que son ouverture le dimanche ne profite aux succès des 190 boutiques et à la terrasse promenade de 2 600 m² avec vue sur la mer. Ainsi qu'au toit-terrasse des Terrasses du Port classé, selon Hammerson, parmi les plus beaux toits du monde aux côtés du Bund de Shanghai, du Metropolitan Museum of Art de New-York ou de l'hôtel Stratosphere à Las Vegas. Du haut de ses 250 m² avec son concept intitulé « R² Marseille ». Qui lui permet de devenir, tour à tour, « lounge contemplatif », scène électro, lieu de cocktail, espace de brunch.

4 ENSEIGNES NOUVELLES : SES RECRUES DEPUIS FIN 2014

Nike est arrivé en décembre dernier en s'installant sur une surface de 660 m² au niveau 2 du centre. Zara Home et de Massimo Dutti suivaient en février, sur des surfaces respectives de 385m² et 500 m² (également au niveau 2). Tuc Tuc, marque espagnole de prêt-à-porter pour les enfants de 18 mois à 12 ans ainsi que des accessoires pour bébés opérera bientôt sa première ouverture en France sur 200 m² (niveau 2). Ces arrivées portent le taux de commercialisation du centre à 99,2%.

17 KIOSQUES : LE NOMBRE DE PROPOSITIONS GOURMANDES DE LA GRANDE HALLE

Autre originalité assez unique des Terrasses du Port : sa halle alimentaire couverte qui ouvre son éventail d'épicerie fines et de commerces de bouche en 17 kiosques. Dont le caviste Mar é Vitis, le pâtissier oriental Masmoudi, l'épicerie japonaise Yoj by Yoji, le « frenchie croque-monsieur » Square Maker, le café-bar Torréfaction Noailles, le kiosque burger BH by Beef House.

3,5 MOIS : LA DURÉE DU POP'UP STORE VILEBREQUIN

Depuis la mi-mai et jusqu'à la fin du mois d'août, la marque de maillots de bain **Vilebrequin installe un pop-up store de 25 m² dans l'allée centrale du niveau 2 des Terrasses du Port**. Marque aux origines tropéziennes, spécialisée dans la confection de maillot de bain et de prêt-à-porter masculin et féminin, Vilebrequin a été créé en 1971.