

DEMAIN, C'EST LE GRAND JOUR POUR LES PORTES D'ALBI

Le gigantesque complexe commercial ouvre ses portes au public, demain à 8 h 30. Huit grandes enseignes seront au rendez-vous ainsi que la trentaine de commerces de la galerie marchande.

Les enseignes nationales ont joué le jeu et contribuent à dynamiser le complexe. DDM

Qui aurait pensé qu'en un an et demi, le complexe commercial sortirait de terre et ouvrirait ses portes dans les temps ? Pas grand monde. Mais le pari a été tenu par toutes les entreprises qui n'ont pas connu de gros problèmes de chantier.

Demain, ce sera le grand jour pour les centaines d'ouvriers et pour les quelque 200 employés de l'hypermarché qui ouvre ses portes dès 8 h 30. Les enseignes des moyennes surfaces (de 800 à 3 000 m²) et les boutiques de la galerie marchande seront, bien sûr, fidèles au rendez-vous. Seul Gifi, qui a pris du retard, ouvrira dans le courant du mois d'octobre.

Il faudra sûrement un certain temps d'adaptation à la clientèle pour parcourir les 500 m de la promenade couverte. 250 m relient les 30 boutiques de la galerie marchande. 1 800 places de parking sont à la disposition des visiteurs. Mais les habitudes de consommation prendront vite le pas.

« Magasin neuf, magasin plus cher. C'est ce que peuvent penser les clients, explique Jean-Pierre Mader. Nous n'avons pas suivi cette politique. Nous nous battons toujours sur le front des prix et nous aurons même une allée, en face de l'entrée principale, réservée aux promotions des produits. Des palettes entières ! »

L'hypermarché des Portes d'Albi a su garder une dimension humaine. Il est grand, 6 500 m², mais pas immense. C'est la structure, dans son ensemble (500 m de long) qui impressionne. Le vieux Leclerc d'en face avec ses 3 500 m² ne sera plus, dans quelques jours, qu'un vieux souvenir, d'un autre temps. Mais Décathlon, qui doit assurer la relève, redonnera un coup de fouet à la zone de la Baute vieillissante.

L'esprit marché couvert

Dans ce vaste espace dédié à la consommation, les concepteurs ont tenu à conserver l'esprit marché. La cave à vins en est un des exemples avec ses murs voûtés qui abritent aussi bien les vins régionaux que les grands crus. Le vignoble de gaillac y occupe d'ailleurs une place privilégiée.

Un peu plus loin, en s'enfonçant dans les allées, le concept « marché couvert » s'affine avec des persiennes en bois et de la brique. Sept bouchers gèrent le rayon. « On est toujours dans cet esprit marché avec de beaux produits de la région et locaux, avec leur label », ajoute Jean-Pierre Mader. Le rayon textile a aussi pris un coup de jeune. Les gondoles et le sol sont noirs, c'est l'esprit boutique chic. Le rayon traiteur est alléchant et le rayon crèmerie a été surélevé afin que les clients aient une meilleure vision des produits. Idem pour les étals de la poissonnerie et des fruits et légumes qui ont un brumisateur à leur disposition pour maintenir la fraîcheur. Un label production local met en avant les producteurs et maraîchers du terroir. C'est bon à savoir. Dans le même esprit, la globalité des produits du rayon boulangerie et pâtisserie est fabriqué sur place. Les employés travaillent en live devant la clientèle. Le chef pâtissier a même effectué un stage chez Yves Thuriès !

Express Drive: les courses en un clic

C'est une petite révolution dans le monde des consommateurs du Grand Albigeois. Un hangar de 1 200 m² et ses chambres froides sont consacrés au stockage de 5 000 produits référencés destinés à l'Express Drive. En quelques mots,



les clients auront la possibilité de faire leurs courses sur internet en cliquant sur www.expressdrive.fr. Après avoir réglé, toujours sur internet, ils pourront se présenter deux heures après sur l'une des pistes de chargement à l'extrémité gauche du complexe commercial. Les courses seront chargées dans le coffre.

Les clients qui ne souhaitent pas se perdre dans l'hyper auront aussi une borne à leur disposition pour passer leur commande en direct. 10 mn après, les courses seront dans le coffre.

Le service comprend 12 employés et 10 à 15 étudiants seront embauchés en renfort.

Huit moyennes surfaces de 800 à 3000 m²

Il y a l'hypermarché Leclerc de 6 500 m², sa galerie marchande de 250 m et sa trentaine de boutiques. Et puis il y a les moyennes surfaces de part et d'autre de l'hyper le long d'une promenade globale de 500 m. Longtemps, le nom des futures enseignes nationales a été tenu secret. Mais il a été levé depuis des lustres lorsque les accords définitifs ont été signés. Les accros de marques n'auront donc que l'embarras du choix.

Le déménagement de Darty (image, son, électroménager, téléphonie et multimédia) s'est bien passé et l'enseigne a mis les bouchées doubles pour être fin prête. Le déménagement de Gifi (déco, loisirs, cadeaux, rangement et art de la table) et son installation ont pris un peu plus de temps que prévu et l'enseigne ouvrira dans le courant du mois d'octobre. Bébé 9 est prêt (puériculture, mobilier, textile, cadeaux). Idem pour Casa (décoration et cadeaux pour la maison et le jardin), C & A (la mode à petits prix pour toute la famille), Kiabi (la mode à petits prix), King Jouet sur 1 000 m² et 10 000 jouets.

Tout près des moyennes surfaces, les visiteurs auront à leur disposition, un centre de lavage flambant neuf ouvert 7 jours sur 7 avec deux portiques de lavage dernière génération anti rayures, récupération et recyclage de l'eau de pluie. À proximité également, le centre auto Leclerc avec 10 000 références en magasin et les ateliers d'entretien pour tout ce qui touche aux pneus, freinage, vidange, attelages, échappement, amortisseurs, batterie et filtration. À côté, le centre de contrôle automobile (MAB) affilié au réseau autosecuritas.

Deux stations service seront à la disposition des automobilistes : une avec 10 pompes dont 5 en 24H sur 24 (carburant E10), une pompe poids lourd et une pompe pétrole lampant et trois autres pompes à l'ancien Leclerc en 24H sur 24.

en bref

La galerie marchande

La galerie marchande s'étend sur 250 mètres avec une trentaine de boutiques. Toutes ne seront sans doute pas prêtes à temps mais notez déjà les enseignes.

De gauche à droite, côté caisses de l'hypermarché : pressing, presse, parapharmacie Leclerc, Pascal Coste coiffure, Shilton, le Manège à bijoux Leclerc (ouverture prévue en 2010), l'agence de voyages Leclerc, Micromania, l'Espace culturel Leclerc, l'Académie de musique, un fleuriste, la boutique Orange, la boutique SFR, Matmut assurances. = et Coiff & Co.

De gauche à droite toujours, mais côté entrées principales, la cordonnerie des Portes d'Albi, SN Diffusion, Le Flunch, Jennyfer, Sergent Major, Arbell, Tape à l'œil, Jules, les Chocolats Thuriès, Vical Home, Camaïeu, Histoire d'or, Cannelle, Promod, Noix d'Arec (maroquinerie bagage), Alain Afflelou et la Brasserie Les Portes d'Albi.