



Communiqué de presse

Plan de Campagne diversifie son offre avec l'arrivée de 17 nouvelles enseignes

Première zone commerciale de France avec plus de 40 millions de visiteurs par an, Plan de Campagne diversifie son offre en 2026 avec l'arrivée de 17 enseignes. Depuis le début de l'année, dix ouvertures ont déjà eu lieu, parmi lesquelles l'enseigne de loisirs « Game Side », les restaurants « La Marina » et « Italian Queen », la marque culte « Von Dutch », les produits cosmétiques de « Kiko Milano » ou encore la papeterie « Legami ». La dynamique se poursuit dans les prochaines semaines avec cinq nouvelles enseignes : « Smash Bar & Games », « Wingstop », « Spice Village », « Dafy Moto », « Ambiances et Fêtes » et « Footkorner ». Ces ouvertures témoignent de la diversité de l'offre présente à Plan de Campagne et renforcent l'attractivité de l'un des pôles économiques majeurs du territoire.



Vue aérienne de Plan de Campagne (DR : Plan de Campagne)

Depuis le début de l'année, Plan de Campagne a diversifié son offre avec l'ouverture de onze enseignes

Reconnue pour la diversité de son offre, la première zone commerciale de France a vécu un premier semestre 2026 particulièrement dynamique avec l'arrivée de dix nouvelles enseignes.

Côté loisirs, l'action game « **Game Side** » s'est installé derrière le cinéma Pathé, sur 985 m2. Le Food Village s'est enrichi quant à lui de trois nouvelles tables : les italiens « **Doppio Malto** » et « **Italian Queen** » (respectivement 315 m2 et 330 m2), ainsi que le japonais « **Matsuri** » (200 m2). À quelques pas, le restaurant à l'ambiance lounge « **La Marina** » est venu compléter l'offre culinaire de la zone. Enfin, la marque internationale culte « **Von Dutch** » propose désormais ses casquettes iconiques sur 245 m2.

Situé au cœur de la zone, le centre commercial Avant Cap contribue également à la dynamique avec cinq nouvelles enseignes qui ont déjà ouverts leurs portes : le papetier tendance « **Legami** », l'enseigne de cosmétiques « **Kiko Milano** », l'expert du reconditionné « **iServices** », les lunettes de soleil de « **Iyu Design** », et le vendeur de prêt-à-porter féminin « **Morgan de Toi** ». Autant d'arrivées qui témoignent de l'attractivité de la zone commerciale.

Six nouvelles enseignes attendues à Plan de Campagne

Fort d'un premier semestre réussi, Plan de Campagne entend poursuivre la diversification de son offre et annonce l'ouverture dans les prochaines semaines de cinq nouvelles enseignes.

Le leader de la distribution d'équipements et d'accessoires moto « **Safy Moto** » a ouvert ses portes le 9 juillet. L'expert des wings texans « **Wingstop** » a choisi Plan de Campagne pour ouvrir son deuxième restaurant en France, le 13 juillet, sur 230 m2. L'offre de restauration s'enrichira également avec « **Spice Village** » qui, sur 625 m2 au sein du centre commercial My Palmeraie, réinventera la street-food indienne. À quelques pas, « **Smash Bar & Games** » proposera, sur 595 m2, des burgers savoureux dans une ambiance festive et convivial. Enfin, le centre commercial Plan Village accueillera le spécialiste du streetwear « **Footkorn** » sur 670 m2, et une enseigne « **Ambiances et Fêtes** », proposant des déguisements, de la décoration et du matériel évènementiel, s'installera sur 800 m2 en septembre dans le même quartier.

« Plan de Campagne tient à diversifier et renouveler régulièrement son offre, en témoigne l'ouverture de ces 17 belles enseignes bénéficiant d'une grande notoriété. Par leur nombre, elles démontrent l'attractivité de la première zone commerciale de France. Par leur diversité, elles offrent un choix plus large et

une expérience plus complète à plus de 40 millions de visiteurs. Nous sommes convaincus qu'elles sont chacune une véritable valeur ajoutée pour Plan de Campagne, en complétant et renforçant l'offre déjà présente. »

Kevin Robert, porte-parole de Plan de Campagne

À PROPOS DE PLAN DE CAMPAGNE

Créée en 1966, la zone de Plan de Campagne qui s'étend sur 250 hectares sur les communes de Cabriès et de Les Pennes-Mirabeau dans les Bouches-du-Rhône, entre Aix-en Provence et Marseille, est devenue la première zone commerciale de France avec plus de 500 commerces et près de 50 millions de visiteurs annuels. En générant 7.500 emplois directs et indirects, elle constitue un poids économique majeur dans la région.

Plan de Campagne a la particularité de réunir au sein d'une seule et même zone une offre variée (alimentaire, équipement de maison, loisirs, restauration, ...), ouverte 7 jours sur 7, et facilement accessible à pied, en voiture (grâce à des milliers de places de parking gratuites), en transports en commun (Lignes de bus Zen A & B, ...), et via différents axes routiers (A51, D6, ...). Cet ensemble sera complété par une halte ferroviaire reliée à la gare Saint-Charles de Marseille et la gare d'Aix-en-Provence Centre.