



La Carte !

Bowl 15€

- Saumon, avocat, salade de fenouil, nectarine.
- Dorade, courgette grillée, poivron mariné, Salade de fenouil, sauce vierge.
- Tofu mariné, pomme de terre, sauté en sauce, poivron mariné, fenouil en salade. 11€

Donburi 15€

- Légumes en sauce curry à la compagnie de riz rond nature. +2,5 supplément poisson

Onigiri 4€

- Aubergine marinée,
- Thon mariné, prune, concombres
- Tofu mariné, avocat

Sashimi 17€

- Poisson du jour en accompagnement de riz nature

UNE NOUVELLE VIE
POUR LES KIOSQUES MARSEILLAIS
**UN DISPOSITIF À SUCCÈS
POUR UN CENTRE-VILLE
DYNAMIQUE !**

DOSSIER DE PRESSE
AOÛT 2023

ampmetropole.fr



OFFRIR UNE SECONDE VIE AUX KIOSQUES À JOURNAUX



MARTINE VASSAL
Présidente de la Métropole
Aix-Marseille-Provence

« Torréfacteurs, fleuristes, bar à sushis... autant de commerces qui ont pu voir le jour depuis 2021 grâce au dispositif métropolitain de reconversion des kiosques à journaux !

Je me réjouis du succès de ce dispositif qui permet à la fois de développer l'offre commerciale de la deuxième ville de France. Mais aussi de redynamiser notre centre-ville avec des concepts originaux qui participent à la préservation de l'identité de Marseille.

C'est l'occasion de permettre l'émergence de nouvelles vocations avec la garantie de loyers modérés et raisonnés. Une Métropole qui accélère au service des Marseillais et des Provençaux ! »



FOCUS
En 2023, 48 kiosques métropolitains sont exploités dont 15 pour la presse et 32 hors presse. À l'heure actuelle, 6 kiosques restent libres, 3 kiosques sont en cours de réaménagement.

UN CENTRE-VILLE REDYNAMISÉ

La Métropole Aix-Marseille-Provence agit pour rendre la ville plus accueillante, plus apaisée et plus agréable à vivre au quotidien. Une ambition impulsée par «Marseille Change» qui aura même permis à l'hypercentre de Marseille d'être dans le top 10 des quartiers piétons les plus dynamiques de France en 2022. (Source : Mytraffic)

La reconversion des kiosques à journaux s'inscrit dans une démarche de soutien des commerces de proximité pour un centre-ville plus dynamique et dans un souci d'amélioration de la vie quotidienne locale. Avec un emplacement souvent privilégié au cœur des quartiers et dans des lieux stratégiques avec une visibilité accrue, ces kiosques illustrent la concrétisation d'une politique de revalorisation réussie du patrimoine marseillais.

Mytraffic, leader européen de l'analyse du flux piéton, a ainsi publié, en coopération avec l'Institut des Hautes



Études des Métropoles, le premier palmarès des quartiers les plus dynamiques du pays, classant à la 8^e position le centre-ville de Marseille qui fait, depuis 2015, l'objet d'un important plan de requalification engagé par la Métropole et le Département, dans le cadre du programme Marseille change. Piétonnisation du Vieux-Port, du quartier de l'Opéra, de La Canebière, alternatives au tout-voiture avec l'arrivée de bus électriques, création de pistes cyclables sécurisées... Une métropole qui agit pour un rayonnement durable de la 2^e ville de France !



Une métropole pleinement engagée en temps de crise

Consciente des difficultés auxquelles doivent faire face les commerçants en période de crise, la Métropole Aix-Marseille-Provence a su se mobiliser lors des incidents survenus dans la soirée du 29 juin 2023 en déployant un fonds de soutien « Solidarité Commerces pillés » de 10 millions d'euros, en collaboration notamment avec l'UPE13, la CPME13, la CMAR, et l'U2P, la Région Sud et la CCI AMP.

En rendant attractif le cœur de ville, c'est l'économie locale qui en sort gagnante : la rue Saint-Ferréol, plus longue voie piétonne de la cité phocéenne, enregistre en moyenne 2,8 millions de passages annuels. Ce succès s'explique en partie par les diverses actions et initiatives entreprises par la Métropole et le Département des Bouches-du-Rhône pour donner un second souffle au centre-ville marseillais : boutiques à l'essai, aides à la rénovation, prise en charge des loyers commerciaux... Et aussi, l'aide à la reconversion des kiosques à journaux qui permet d'offrir des services de proximité et de recréer du lien social dans les différents quartiers, aussi bien du centre-ville que dans les noyaux-villageois.

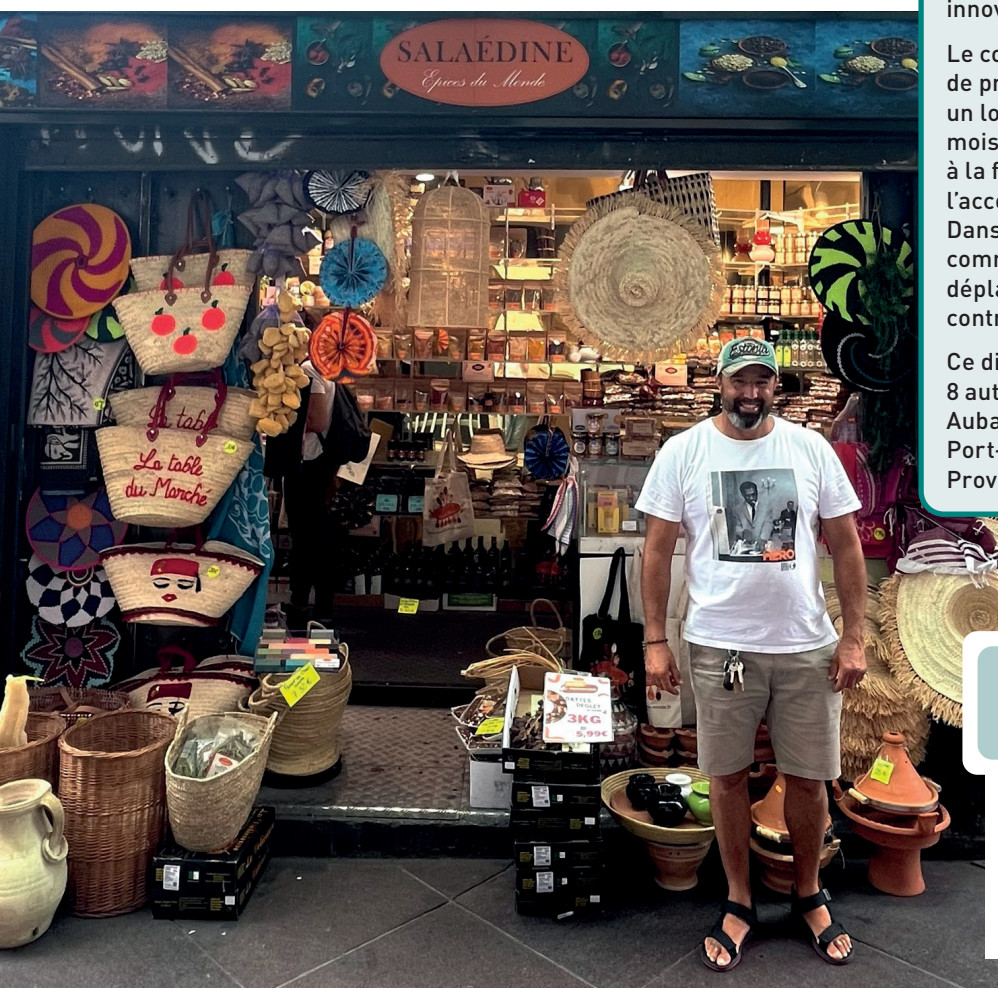


Les boutiques à l'essai : un dispositif pour revitaliser le centre-ville

Avec pour ambition de proposer une offre commerciale qualitative, la Métropole a décidé de lutter contre la vacance commerciale en remettant sur le marché des locaux qui seront attribués prioritairement à des projets de commerces innovants.

Le concept consiste à permettre à un porteur de projet de tester son idée de commerce dans un local vacant pendant une période de six mois, renouvelable une fois, tout en bénéficiant à la fois d'un loyer modéré, du soutien et de l'accompagnement permanent de la Métropole. Dans le cas où l'activité devient rentable, le commerçant conserve le local et l'opération se déplace sur une autre cellule vacante. Dans le cas contraire, la boutique est mise à nouveau à l'essai.

Ce dispositif qui porte ses fruits, a été déployé sur 8 autres communes du territoire métropolitain : Aubagne, Auriol, La Ciotat, Istres, Marignane, Port-Saint-Louis-du-Rhône, Peyrolles-en-Provence et Vitrolles.



FOCUS

Le montant des loyers des kiosques est calculé en fonction de l'activité, de la surface et de la zone d'implantation, avec des montants compris entre 3000 et 10 000 euros par an.



« Je suis arrivé par hasard, à Marseille, et dès le début, j'ai aimé cette ville. J'ai compris très vite qu'il y avait des opportunités à développer. »

Kiosque "Kio Siku"
5 square Stalingrad,
Marseille 1^{er}

DAVIN IRAKOZE GÉRANT D'UN KIOSQUE DE SUSHIS ET D'UN KIOSQUE DE TORRÉFACTION DE CAFÉ

Quel est votre parcours ?

«En 2014, j'ai voulu quitter la France pour repartir au Burundi afin de créer une école de télérestauration avec d'autres partenaires. Mais, avant, je devais visiter une ville, et celle de Marseille m'intéressait. J'ai finalement pris la décision de m'y installer et, dès mon arrivée j'ai aimé cette ville. Comme toute rencontre amoureuse, c'est au premier regard que tu reconnais que la ville t'est destinée. Dans mon pays, je faisais un peu de commerce, et j'ai compris très vite qu'il y avait des opportunités à développer dans cette ville.

C'est comme cela que, il y a quatre ans, j'ai ouvert "Deep", un magasin de torréfaction sur le Vieux-Port, puis "Ecléctique", un coffee shop et une cave à bière, et à côté "Apotek", un bar à cocktails. Ensuite j'ai ouvert également une brasserie, "Blum", en haut de La Canebière. Puis, on a pris un premier kiosque et un autre kiosque à sushis situé aux Réformés. À travers mes voyages à Lisbonne, Paris et Barcelone, j'ai vu des kiosques qui sont investis autrement.

Kiosque "Deep",
189 boulevard Chave, Marseille 5^e

Quels sont les avantages de ce dispositif ?

«Le coût d'entrée et l'emplacement des kiosques. Aussi, pour des petits commerçants comme nous, c'est une façon de développer notre visibilité. Sur le boulevard Chave, il n'y avait pas d'activité de torréfaction dans ce secteur. C'était donc une opportunité pour nous, pour "Deep". Pour le kiosque à sushis, aux Réformés, là aussi il n'y avait pas d'offre. Notre valeur ajoutée fut le take away qui s'est amplifié avec la pandémie de la Covid-19. C'était donc aussi une affaire à développer pour l'avenir. »



« Pour des petits commerçants comme nous, c'est une façon de développer notre visibilité. »



CHRISTIAN CÔ

GÉRANT DU KIOSQUE DRÔLES DE PLANTES

POUR LES AMOUREUX DE LA DÉCORATION D'INTÉRIEURE

Quel est le concept de votre commerce ?

« Prothésiste dentaire pendant près de vingt ans, j'ai effectué un virage radical, et je me suis reconverti dans la succulente. Je m'inscris dans une démarche écoresponsable en proposant à la vente des cactées et des plantes grasses cultivées à moins de 100 km, dans le Var, et sans pesticides ni engrais chimiques. Mes plantes sont ensuite présentées dans des pots en terre cuite ou dans des cache-pots, qui sont dessinés et fabriqués par mes soins : des motifs originaux, des expressions marseillaises, des messages humoristiques ou personnalisés, des photos... »

En plus de l'accompagnement proposé par la Métropole, quels sont les autres dispositifs qui sont venus soutenir le développement de votre projet ?

« Dans un premier temps, je me suis rapproché de MédiaKiosk avec qui je suis toujours en lien permanent, notamment lorsque j'ai besoin d'interventions du service technique pour d'éventuelles réparations. J'ai aussi



bénéficié d'une aide de l'organisme BGE à la création avec qui j'ai réalisé mon étude de marché et mon business plan. J'ai aussi pu bénéficier d'une aide financière de l'Agefiph ayant été reconnu travailleur handicapé.»

Une anecdote de commerçant-kiosquier à nous raconter ?

« Il m'en arrive tous les jours. J'ai la visite chaque jeudi de religieux qui viennent prier pour mes affaires. J'ai aussi eu le droit à une jeune femme que je prenais pour une cliente alors qu'il s'agissait d'une policière en filature qui avait besoin de se cacher dans mon commerce quelques instants, le temps de laisser passer le suspect. Et je ne compte plus les personnes qui me chantent "Les Cactus" de Jacques Dutronc, pensant avoir l'exclusivité de cette petite blague. La chance de ce métier, c'est de sympathiser ! »

**Kiosque "Drôles de plantes",
111 la Canebière, Marseille 1^{er}**



« La chance de ce métier c'est de sympathiser avec plusieurs clients dont un avec lequel je commence à tisser des liens amicaux. »



RACHID BOUKADA

GÉRANT DU KIOSQUE *THE COFFEE LOVER*

POUR LES AMATEURS DE CAFÉ

Présentez-nous votre concept ?

« Le concept est simple : je propose des produits locaux. Par exemple, comme je suis un grand amateur de café, j'essaie de proposer une belle gamme à des prix très corrects. Je suis différent d'un bar, je m'oriente plutôt sur des prestations simples. J'ai d'ailleurs une clientèle très féminine, qui n'hésite pas à venir ici lorsqu'elles veulent éviter de s'installer dans des bars.

L'autre facette de mon concept, c'est l'aspect solidaire : je propose des cafés suspendus pour les personnes en situation de précarité. J'ai donc un tableau avec des consommations prépayées par les clients, qui souhaitent participer à cet élan de solidarité. Mais, parfois je fais

moi-même le geste, notamment pour les étudiants qui galèrent. Après la Covid-19, c'est quelque chose qui m'a fait beaucoup réfléchir. Je me suis dit que la roue peut vite tourner, et donc je me suis lancé ! »

Quels sont les avantages d'un kiosque ? Est-ce que le dispositif métropolitain était facilement accessible ?

« Le principal, c'est que le loyer est très intéressant par rapport à ce qu'on retrouve pour un local classique. Il y a d'ailleurs des avantages de paiement qui ne sont pas négligeables, je tiens donc à remercier la Métropole qui a été très forte à ce niveau-là. On était plutôt nombreux à se positionner pour ce projet, j'ai apprécié que la Métropole s'intéresse à ce que nous proposons comme concept, tout en vérifiant l'offre de service du voisinage afin d'éviter une concurrence déloyale. Le souhait de la société MédiaKiosk mais aussi de la Métropole, c'est d'être cohérent avec l'emplacement, donc les produits que je propose n'existent pas forcément autour. Seul bémol : je dépends beaucoup du climat, mais c'est bien normal...

Concernant le dispositif, je m'étais bien préparé en amont, et la Métropole était très claire de son côté. J'étais surtout en lien avec la société MédiaKiosk qui m'a présélectionné dans un premier temps avant de déposer le dossier. Une reconversion professionnelle, c'était pour moi une nouvelle aventure, une véritable opportunité ! Par rapport à un local classique, c'est une organisation totalement différente, un vrai challenge. Mes seuls engagements, c'était par rapport aux travaux et aux équipements du kiosque. J'ai tout réalisé, donc maintenant c'est bon, je suis tranquille. »

D'autres projets de kiosques à l'avenir ?

« J'y réfléchis ! Je dois dire que j'ai au moins une fois par semaine quelqu'un qui me démarche pour racheter mon affaire, mais j'en suis encore à mes débuts. Si les gens continuent à me démarcher, ça me conforte dans mon idée qu'il y a un vrai potentiel avec les kiosques. L'avantage de la Métropole, c'est qu'elle donne leur chance à beaucoup de gens, donc si je trouve un bel emplacement, pourquoi pas ? »

**Kiosque "The Coffee Lover",
97, rue de la République, Marseille 2^e**



« J'ai apprécié que la Métropole s'intéresse à ce que nous proposons comme concept, tout en vérifiant l'offre de service du voisinage afin d'éviter une concurrence déloyale. »

CECILE MARSHALL ET SÉBASTIEN PLEY GÉRANTS DU KIOSQUE *GAZETTE*



« Le kiosque est un très bon moyen pour s'introduire dans le marché et tester notre concept auprès du public. »

Quel est le concept de votre kiosque ?

« Notre concept, c'est la transformation d'un kiosque en une sandwicherie-épicerie premium. Concrètement, nous proposons des sandwiches italiens qui s'appellent "puccia". Ce sont en fait des sandwiches ronds, dans des pains à la semoule, qui sont garnis de boulettes de bœuf, de poulet à la mexicaine et d'autres formules qui sont inspirées de nos voyages à l'étranger. À côté

de ça, nous avons aussi des sandwiches baguette pour ceux qui veulent prendre quelque chose rapidement à emporter. Et aussi des salades et des desserts ! Depuis quelques temps, nous proposons désormais des plats du jour grâce à la présence d'une petite terrasse que nous venons d'installer devant le kiosque. »

Que pensez-vous du dispositif métropolitain ?

« L'accès au dispositif a été plutôt facile. Nous avons gagné l'appel d'offre et cela nous a permis de nous installer assez rapidement. Clairement par rapport à un local classique, c'est un avantage car on avait un petit budget. Le kiosque est un très bon moyen pour s'introduire dans le marché et tester notre concept auprès du public tout en conservant la proximité avec la rue et donc la clientèle. On savait que ça allait être compliqué au niveau de l'installation, notamment à cause des travaux, mais finalement on est plutôt contents et nous tenons à remercier la Métropole pour cette expérience. »



**Kiosque "Gazette",
123 boulevard de la Corderie,
Marseille 7^e**

PEDRO TORO

GÉRANT DU AVILA FOOD

UNE INVITATION AU VOYAGE

Quel est le concept de votre commerce ?

« Je suis né au Venezuela, mon parcours de vie m'a amenée en France. C'est un pays assez méconnu des Français, donc je voulais leur faire découvrir notre cuisine, nos traditions. J'ai ouvert le kiosque en 2022, et la moitié de ma clientèle est française. Je pense que la culture sud-américaine intrigue les Marseillais, surtout quand je leur précise qu'il s'agit d'une cuisine vénézuélienne. Les Français connaissent les traditions culinaires d'Amérique latine ; ils connaissent celles d'Amérique du Sud. J'ai donc rapidement élargi l'origine des plats que je propose. Ma cuisine n'est plus uniquement vénézuélienne, mais sud-américaine. Il s'agit d'une cuisine très épicée comme on peut s'y attendre. J'importe une partie des produits que j'utilise, directement du Venezuela, comme la farine de maïs, qui compose l'essentiel de mes plats. Ce sont des produits qui sont bons pour la santé car ils sont naturels et ne comportent pas de gras. »

Que vous apporte ce kiosque par rapport à un local classique ?

« Le kiosque est magnifique, c'est un lieu vivant. Je n'aurais jamais eu les moyens de lancer mon affaire en plein centre-ville. Les loyers ne m'auraient pas permis de faire découvrir la cuisine de mon pays. Si l'espace n'est pas très grand, les loyers eux sont imbattables et permettent

« Sans le dispositif des kiosques de la Métropole, je n'aurais pas pu ouvrir mon commerce. »



à des gens comme moi de concrétiser leur projet. J'habite à côté, donc la taille de mon kiosque ne m'impacte pas autant que prévu. Je prépare une partie de la cuisine chez moi et je la ramène directement ici. Avec les 8 m² dont je dispose, je ne peux pas avoir le matériel nécessaire pour réaliser tous les plats que je souhaiterais. Mais ces petits espaces expliquent le loyer à petit prix. Sans le dispositif des kiosques de la Métropole, je n'aurais pas pu ouvrir mon commerce. »

Le dispositif de la Métropole concernant les kiosques est-il facile d'accès ?

« Il est normal d'avoir un peu de délai pour enfin accéder à la concrétisation de notre projet. Je n'ai mis que six mois pour faire l'administratif, alors même que je ne parle pas très bien français, donc oui, je pense que c'est un dispositif assez facile d'accès. »

D'autres projet de kiosques ?

« Actuellement, je recherche un kiosque plus grand. Ça me permettrait de diversifier la cuisine que je propose et d'avoir plus de matériel. Sinon, j'espère qu'un jour, je pourrais ouvrir un petit restaurant. Aujourd'hui, les habitants du quartier me connaissent, donc je me dis que me lancer dans l'ouverture d'un lieu plus grand n'est pas une mauvaise idée. Je souhaiterais avoir une ambiance sud-américaine, mais aussi de la musique typique de chez nous pour faire découvrir notre culture aux Marseillais. »

**Kiosque "Avila Food",
83 avenue du Maréchal Foch,
Marseille 4^e**

CORINNE PIRAULT ET DIDIER PORCHER

GÉRANTS DU KIOSQUE À MERLIN

UN KIOSQUE ENCHANTEUR



Quel est le concept de votre commerce ?

« D'un kiosque de presse, c'est devenu un kiosque spécifiquement dédié à l'art et aux artistes. Je me suis dit qu'il s'agissait du format idéal pour un artiste comme moi. Cela m'a permis d'avoir une certaine exposition puisque je suis en plein centre. Par la suite, j'ai fait un partenariat avec La Provence, pour vendre chaque jour leur quotidien.

Je choisis les artistes. Une fois sélectionnés, les artistes doivent venir au kiosque au minimum 1 jour par semaine, plus souvent 2 pour assurer l'ouverture du kiosque. En ce moment, nous sommes 3 ! »

Le dispositif de la Métropole pour les kiosques est-il facile d'accès ?

« Le dispositif est vraiment facilité et le loyer n'est pas cher et facile à honorer. Je me souviens qu'ils souhaitaient (les décideurs de l'époque) diversifier l'offre des kiosques ; je pense que ma proposition était suffisamment originale pour eux. Je suis arrivé au bon moment. »

Que vous apporte ce kiosque par rapport à un local classique ?

« Il s'agit d'un kiosque unique en France ; il est le seul dédié à l'art même si on vend un petit peu de presse. À l'époque de la presse, les kiosques ont été placés stratégiquement. Donc aujourd'hui, nous profitons de sa position idéale. Nous ne sommes pas très loin du palais Longchamp, de ce fait, nous avons beaucoup de visibilité. Il permet aussi de rendre le quartier plus vivant. Nous participons clairement à l'animation du quartier, et j'en suis très content.

Il faut aussi souligner que ce format de kiosque permet de créer un lien social qui serait impossible dans un local classique. Par exemple, nous avons beaucoup de personnes âgées qui viennent acheter leur journal le matin et ils nous posent des questions sur nos œuvres et parfois repartent même avec quelques créations. C'est cela que je trouve magnifique avec les kiosques. »

**"Le kiosque à Merlin",
22 cours Joseph Thierry, Marseille 1^{er}**





COMMENT BÉNÉFICIER DU DISPOSITIF ?

La Métropole Aix-Marseille-Provence lance régulièrement des appels à projets via le lien suivant :

<https://ampmetropole.fr/metropole/je-participe/appels-a-projets-et-a-manifestation-dinteret/>

Une fois la candidature déposée, la Métropole analyse la proposition faite en fonction de plusieurs critères :

- un descriptif détaillé de l'activité proposée avec obligation de présenter l'origine des produits qui pourraient être mis en vente (produits locaux, type d'emballage recyclable utilisé, le plastique étant interdit, originalité...).
- la clientèle ciblée
- l'aménagement intérieur envisagé
- les moyens humains et matériels consacrés à l'activité
- une note décrivant l'impact de l'implantation dans la zone concernée
- les jours et horaires d'ouverture

Si le projet est retenu, après réception de l'ensemble des pièces complémentaires demandées, le lauréat sera notifié d'un arrêté portant autorisation d'occupation du domaine public.

La charte d'occupation du domaine public pour les kiosques marseillais est également en libre accès via le lien suivant :

<https://ampmetropole.fr/wp-content/uploads/2023/01/CHARTE.pdf>

DÉCOUVREZ LES KIOSQUES EN ACTIVITÉ SUR MARSEILLE

2 COURS JEAN BALLARD	13001	PRESSE
PLACE GABRIEL PERI	13001	PRESSE
AVENUE JULES CANTINI	13006	PRESSE
306 AVENUE DU PRADO	13008	PRESSE
8 AVENUE DU PRADO	13006	PRESSE
83 LA CANEBIÈRE	13001	PRESSE
5 PLACE SÉBASTOPOL	13005	PRESSE
4 COURS PIERRE PUGET	13006	PRESSE
154 AVENUE DE TOULON	13010	PRESSE
32 LA CANEBIÈRE	13001	PRESSE
9 RUE DÉSIRÉE CLARY	13003	PRESSE
FACE AU 26 PLACE JEAN JAURÈS (PLACE D'ENDOUME)	13001	PRESSE
376 AVENUE DU PRADO	13008	PRESSE
PLACE JULES GUESDE (PORTE D'AIX)	13002	PRESSE
3 PLACE DE STRASBOURG	13003	PRESSE
24 AVENUE DU PRADO	13006	TÉLÉPHONIE / RÉPARATION
56 COURS PIERRE PUGET	13006	BEAUTÉ DES ONGLES
614 AVENUE DU PRADO	13008	BAR À GOURMANDISES
8 PLACE CASTELLANE	13006	CORDONNERIE
207 AVENUE DU PRADO	13008	TÉLÉPHONIE / RÉPARATION APPLE
15 BOULEVARD DE PARIS	13002	RÉPARATION INFORMATIQUE
ROND POINT MAZARGUES	13009	CORDONNERIE
PLACE EDMOND AUDRAN	13003	PAIN BIO / VIENNOISERIES
2 ALLÉE LÉON GAMBETTA	13001	SNACKING ÉXOTIQUE (TAMKY)
111 LA CANEBIÈRE (EX 125 CANEBIÈRE)	13001	CACTUS ET PLANTES GRASSES
12 BOULEVARD BAILLE	13006	CUISINE DU MONDE HEALTHY
5 SQUARE STALINGRAD	13001	SUSHIS
24 COURS JOSEPH THIERRY	13001	ARTISTE PEINTRE
6 PLACE DES ÉTATS-UNIS	13014	GLACES BONBONS CAFÉ
PLACE JOSEPH VIDAL (POINTE ROUGE/BONNEVEINE)	13008	POISSONNERIE
COURS JULIEN	13001	BILLETERIE THÉÂTRE
97 RUE DE LA RÉPUBLIQUE	13002	COFFEE SHOP
150 AVENUE DU PRADO	13008	TORREFACTEURS
63 BOULEVARD RABATAU	13008	CORDONNERIE
90 AVENUE DU PRADO	13008	CANTINE SNACK
BOULEVARD JEAN MOULIN (TIMONE)	13005	FLEURISTE
PLACE VAUTHIER	13009	RÉPARATION PETIT ÉLECTROMÉNAGER
RUE CONSOLAT	13001	DONUTS
123 BOULEVARD DE LA CORDERIE	13007	PUCCIAS
83 AVENUE DU MARÉCHAL FOCH	13004	CUISINE SUD AMÉRICAINE
PLACE FISSIAUX / CINQ AVENUES	13004	AAPC CORDONNERIE
2 PLACE FÉLIX BARRET	13006	AAPC SUCRE / SALE
69 BOULEVARD NOTRE-DAME	13006	MISSION TRAMWAY
62 LA CANEBIÈRE	13001	AAPC ÉPICES ET PRODUITS ÉXOTIQUES



CONTACTS PRESSE

**Division Stratégie presse et Contenus éditoriaux,
Direction Communication
de la Métropole Aix-Marseille-Provence**
04 91 99 79 74 - presse@ampmetropole.fr

Responsable de la division presse :
Stéphane GIREAU
04 91 997 997
stephane.gireau@ampmetropole.fr

Attachés de presse :

Yann TAXIL
04 91 99 79 67
yann.taxil@ampmetropole.fr

Laurent DESBUISSONS
04 91 99 78 29
laurent.desbuissons@ampmetropole.fr

Julia NONIS
04 91 99 77 74
julia.nonis@ampmetropole.fr

Marjorie PIRAS
04 91 99 79 48
marjorie.piras@ampmetropole.fr

Alexandre BOUMENDIL (apprenti)
04 91 99 79 74
alexandre.boumendil@ampmetropole.fr

Dossier suivi par
Alexandre BOUMENDIL et Laurent DESBUISSONS

