



Le centre commercial Val d'Europe se développe et renforce son offre en équipement de la maison et textile



Paris – le 2 février 2009 – Pour toujours mieux répondre à l'attente de ses clients, le centre commercial Val d'Europe se renouvelle sans cesse. Les projets en cours sont nombreux en 2009 : un nouveau pôle équipement de la maison, une extension permettant l'implantation d'enseignes innovantes en équipement de la personne et un parking rénové de plus grande capacité.

Un nouveau pôle dédié à la maison

Le centre commercial Val d'Europe continue à enrichir son offre. La diminution de la surface de la jardinerie Delbard a libéré environ 3 000 m² désormais consacrés à un secteur d'activité qui avait besoin d'être renforcé : l'aménagement et la décoration de la maison.

Deux enseignes phares ont déjà ouvert :

- **Habitat** (1 782 m² GLA), installé en octobre 2008, propose un aménagement intérieur original et cosy, avec notamment un appartement modèle de 50 m² au centre de la boutique
- **Bo Concept** (592 m² GLA), l'enseigne danoise de meubles design a connu un fort succès dès son ouverture le 7 janvier 2009 et a enregistré une très bonne fréquentation pendant les soldes.

Roche Bobois viendra compléter ce pôle le 7 février avec une nouvelle boutique de 738 m² GLA.

Les clients et visiteurs du centre attendent également l'arrivée du magasin **Castorama** de 12 000 m² GLA prévue à la fin de l'année. L'enseigne de bricolage, avec son nouveau concept, offrira un vaste choix de produits dans un bâtiment de qualité architecturale atypique et inédit.

En 2009, Val d'Europe innove en équipement de la personne

La galerie s'agrandit de **plus de 2 000 m² GLA** en son centre permettant la création de trois nouvelles moyennes unités, consacrées à l'équipement de la personne. Ainsi, des enseignes originales encore peu présentes en France font leur entrée à Val d'Europe.

Les enseignes danoises **Vero Moda** (prêt-à-porter femme) et **Jack & Jones** (prêt-à-porter homme) du groupe Bestseller s'implanteront sur 920 m² GLA au 2^{ème} trimestre 2009. Leur premier magasin en France date d'avril 2008.

L'ouverture de l'enseigne espagnole **Desigual** sur 530 m² GLA est prévue à la fin du 1^{er} trimestre 2009. Il s'agit de leur 3^{ème} implantation en France et la 1^{ère} du concept complet en centre commercial.

Le magasin We Store, actuellement dans la galerie, sera transféré en juin 2009 dans l'extension sur une surface de 625 m² GLA. Ce déplacement permet l'arrivée de 2 autres enseignes en novembre 2009 :

- **le tout nouveau mégastore Mango** présentant une offre complète, homme, femme et enfant sur 550 m² GLA ;
- **Pull & Bear** (500 m² GLA).

Les travaux d'extension démarrés au 1^{er} trimestre 2008 s'achèvent pour laisser place à l'aménagement des magasins par les enseignes.

Bientôt plus de 6 000 places de parking

Pour améliorer l'accès et l'accueil des visiteurs, le parking du centre commercial s'agrandit et se dote d'une nouvelle signalétique. Il offrira **700 places supplémentaires** pour une capacité totale de plus de 6 000 places. L'extension se fait par la création d'un nouvel étage de parking semi-enterré. Les travaux ont débuté en janvier 2008 et se termineront en mai 2009. Les nouvelles places de stationnement seront mises en service au fur et à mesure de leur achèvement.

Val d'Europe, un pôle attractif

Cœur marchand de la nouvelle ville éponyme, le centre commercial Val d'Europe et ses 130 magasins connaît une progression supérieure à celle de la moyenne des centres commerciaux français depuis son ouverture en 2000. Il continue sur sa lancée et affiche un chiffre d'affaires en 2008 de 460 millions d'euros TTC (hors la Vallée® Village). Hors hypermarché, la croissance de son chiffre d'affaires s'élève à +1,5% sur 2007. Sa fréquentation annuelle est de l'ordre de 17 millions de visiteurs. « *Nous avons connu un bon début d'année avec un très grand succès dès le début des soldes. Nous avons ainsi compté plus de 100 000 personnes le 1er jour* », déclare Didier Ribierre, directeur du centre commercial.

La synergie avec les magasins outlet de la Vallée® Village fonctionne très bien. L'ensemble du pôle commercial emploie environ 2 500 personnes.

Inauguré en octobre 2000, le centre commercial est co-détenu par Klépierre (55%) et Axa (45%). Les propriétaires investissent 66,2 millions d'euros dans l'ensemble de ces opérations de rénovation et extension. Au 31 décembre 2008, la part décaissée du montant total de l'investissement atteint 45,7 millions d'euros. Le montant annuel des loyers nets supplémentaires attendus est de 4,1 millions d'euros.

A propos de

Klépierre, société d'investissements immobiliers cotée, **détient un patrimoine de 12 milliards d'euros au 30.06.2008**. Ce dernier se compose de 86 % de centres commerciaux (soit 242 centres détenus dans 10 pays), de 5% de commerces via Klémurs et de 9% d'immeubles de bureaux.

Klépierre a acquis, le 8 octobre 2008, la 1^{ère} foncière scandinave **Steen & Strøm** qui détient 30 centres commerciaux en Norvège, Suède et Danemark. Steen & Strøm gère également 26 centres commerciaux pour compte de tiers. Cette acquisition étend la **présence européenne de Klépierre à 13 pays**.

Maison-mère de Ségécé, Klépierre a pour 1^{er} actionnaire BNP Paribas, à hauteur de 52,0%. Alors que Ségécé est concepteur, commercialisateur et gestionnaire, Klépierre se positionne en investisseur à long terme. La combinaison de ces deux acteurs en fait le partenaire indispensable des villes et des enseignes pour la réussite dans la durée des projets commerciaux.

Pour en savoir plus : www.klepierre.com

Ségécé maîtrise toutes les interventions contribuant à la création et la valorisation d'équipements commerciaux : études, conception, promotion, commercialisation, gestion locative et patrimoniale, direction de centre... Aujourd'hui l'un des premiers gestionnaires de centres commerciaux en Europe avec un parc de 322 centres gérés, elle développe des centres de cœur de ville, des retail parks, de nouveaux projets en milieu péri-urbain et réalise également des extensions-restructurations du patrimoine existant.

- **Repenser le cœur commercial des villes**

Elle crée des ensembles uniques insérés dans le tissu urbain, complémentaires du commerce existant, qu'elle gère sur le long terme. Elle s'est fait une spécialité de ses opérations complexes. Depuis 2000, elle a ouvert les centres de cœur de ville d'Annecy, Boulogne-Billancourt, Poitiers, Valenciennes et Angoulême. Ségécé développe des projets en France à Aubervilliers, Besançon, gare Saint-Lazare à Paris, Vannes, en Hongrie à Budapest, ...

- **Réinventer des sites commerciaux existants**

Les équipes de Ségécé savent imaginer des solutions sur-mesure pour des sites vieillissants ou dont l'offre n'est plus adaptée. Transformer la configuration du site, concevoir un projet architectural global, rénover et faire venir les enseignes pertinentes pour créer un nouveau lieu de destination pour les clients, tel est l'objectif de ces opérations. En 2007, Ségécé a ouvert les extensions de Belair à Rambouillet, de Cap Saran à Orléans et du centre Iroise à Brest. En 2008, celles du centre Beaulieu à Nantes, de l'espace Romanette à Laon, du centre commercial Villejuif 7, du centre Jaude à Clermont-Ferrand et Saint-Orens près de Toulouse.

Pour en savoir plus : www.segece.com

Contacts Presse
HDL Communication

Camille Delomez
01 58 65 20 18
cdelomez@hdlcom.com

Violaine Danet
01 58 65 00 77
vdanet@hdlcom.com