

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

- VIVATECH 2019 - KLÉPIERRE INVITE LES VISITEURS À DÉCOUVRIR LE CENTRE COMMERCIAL DE 2030

Paris, le 9 mai 2019

Klépierre, leader pan-européen des centres commerciaux sera présent pour la 4^e année consécutive à VivaTech du 16 au 18 mai 2019. Sur le stand E37, conçu à l'image de la signature du groupe « Shop. Meet. Connect.® », les visiteurs pourront vivre un véritable parcours client 3.0 riche en termes d'innovations technologiques et co-construit avec les grandes enseignes présentes dans les centres commerciaux Klépierre, telles que H&M, Lacoste ou encore Maisons du Monde. Pour cette nouvelle édition de VivaTech, Klépierre s'associe également pour la première fois à Renault pour promouvoir les nouvelles mobilités et renouvelle son partenariat avec Microsoft pour ses challenges *start-up* qui portent sur les thèmes du réenchancement de l'expérience et de l'ancrage environnemental et sociétal.

SHOP.

Conçu comme un véritable centre commercial, le stand Klépierre reconstitue toutes les étapes du parcours client avec des expériences inédites, en partenariat avec des enseignes majeures :

- de nouvelles manières d'essayer et de choisir ses vêtements : grâce à la création d'un avatar digital, créé à partir d'un scan du visage et du corps, **H&M** propose de pouvoir « essayer virtuellement » les vêtements pour en apprécier leur forme et taille, directement sur smartphone ou tablette, et profiter également d'une projection en réalité augmentée ;
- de la personnalisation : **Lacoste** illustre parfaitement cette dimension avec son expérience de customisation de *sneakers* grâce à un robot agile. Les visiteurs pourront choisir entre 3 dessins proposés par l'artiste « La Main Gauche » et ainsi repartir avec une paire de *sneakers* unique. Pendant VivaTech, 25 paires seront mises en jeu par jour ;
- une expérience *shopper* réinventée et inspirante autour du conseil déco : **Maisons du Monde** propose pour VivaTech une expérimentation immersive 3D, appelée « Door » - une porte s'ouvre sur un écran digital révélant une pièce à la décoration stylée. Le visiteur pourra y pénétrer virtuellement et en découvrir les différents aménagements, par de simples mouvements devant l'écran. Un bon moyen de se projeter dans son futur intérieur ! La marque présentera aussi son service de conseil déco, en partenariat avec Rhinov, permettant à ses clients de faire appel à un décorateur d'intérieur professionnel via [son site web](#).

MEET.

Klépierre à VivaTech, point de rencontre entre visiteurs et *start-up* autour de solutions pour penser le centre commercial de demain.



Si l'innovation est souvent une affaire de technologie, elle ne vaut rien sans émotions : Klépierre et **Terres de Café** en font la démonstration avec une exclusivité développée pour VivaTech. L'enseigne haut de gamme de café proposera des sucettes en chocolat reproduisant le visage scanné des visiteurs, une expérience ludique et gourmande.

La start-up **Pop'n link**, qui a gagné l'un des challenges Klépierre en 2018, fera tester sa solution sur le stand. Elle permet de connecter son smartphone à un bouton « pop » et d'accéder ainsi à de nombreux services. Dans un espace de restauration, le client pourra notamment commander et payer directement depuis sa table avec son smartphone. Il pourra également commander des places de cinéma, réserver un taxi, ou encore proposer des coloriages à ses enfants.

CONNECT.

Le centre commercial fait converger le meilleur des deux mondes, physique et digital, et se connecte aux territoires. Emploi local, nouvelles mobilités et réalité virtuelle sont à l'honneur cette année !

Huclink, une borne qui présente des offres d'emploi locales géolocalisées, au sein du centre commercial ou en dehors, auxquelles il est possible de postuler en 2 minutes et sans CV.

Chaussez votre casque HoloLens ! Notre partenaire **Microsoft** permet de visiter en réalité mixte le projet de développement du centre commercial Økern à Oslo. Cette technologie permet de susciter l'intérêt pour des projets avant même qu'ils ne soient achevés.

Découvrez les nouvelles mobilités chez Klépierre « powered by Renault », telles que l'autopartage grâce au nouveau service **Renault Mobility** ou aux bornes électriques **Renault** présentes dans les parkings des centres Klépierre.

« Notre participation à VivaTech pour la 4^e année consécutive marque l'investissement continu de Klépierre dans la réinvention du retail de demain et notre attachement à soutenir les innovations qui transformeront positivement l'expérience des consommateurs, déclare Jean-Marc Jestin, président du directoire de Klépierre. Cette démarche s'inscrit dans notre stratégie d'open innovation que nous menons main dans la main avec nos enseignes partenaires, les start-up, nos partenaires tech et nos clients. ce qui nous permet de répondre avec beaucoup d'agilité aux nouvelles exigences de toutes nos parties prenantes locales »

« Nous sommes ravis d'être à nouveau aux côtés de Klépierre pour cette nouvelle édition de VivaTech, ajoute Cathy Mauzaize, directrice de la division Enterprise Commercial de Microsoft France. L'occasion de mettre notre technologie HoloLens au service de l'expérience client pour faire découvrir, sur le stand de Klépierre, le projet du futur centre commercial Økern, à Oslo. Nous les accompagnons également sur la dimension d'open innovation au travers des challenges à destination de start-up en tant que membre du jury ».

2 CHALLENGES POUR CO-CONSTRUIRE LE RETAIL DE DEMAIN

Comme à chaque édition, Klépierre a lancé un nouvel appel à projets sur deux thématiques majeures :

CHALLENGE #1 : PARCOURS CLIENT

Réinventer l'expérience client des centres commerciaux avant, pendant et après la visite.

CHALLENGE #2 : RSE

Le centre commercial du futur sera inclusif avec un impact positif sur son environnement.

La start-up gagnante de chaque challenge bénéficiera :

- de 10 000 € ;
- d'un accès privilégié aux incubateurs partenaires de Microsoft ;
- de tests pilotes dans les centres Klépierre et de rencontres personnalisées avec les grandes enseignes partenaires du Groupe.

Le jury sera composé de Klépierre mais également de Microsoft, notre partenaire tech, ainsi que d'enseignes de renom : H&M, Maisons du Monde, Etam, Lacoste, Sephora et le Groupe Renault. Pour la première fois, les votes seront également ouverts aux communautés digitales de vingt centres commerciaux Klépierre qui voteront pour leur *start-up* préférée. Une démarche innovante en accord avec notre politique d'*open innovation* et notre volonté de co-construire le centre commercial de demain avec nos parties prenantes.

CONTACTS PRESSE

Hélène SALMON, Directrice groupe de la communication corporate et interne
+33 (0)1 40 67 55 16 — helene.salmon@klepierre.com

CONTACTS PRESSE

Lorie LICHTLEN/Camille PETIT, Burson Cohn & Wolfe
+33 (0)1 56 03 12 12 — klepierre.media@bcw-global.com

À PROPOS DE KLÉPIERRE

Klepierre, leader paneuropéen des centres commerciaux, associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management. Le portefeuille de la Société est estimé à 24,4 milliards d'euros au 31 décembre 2018, et compte de grands centres commerciaux dans 16 pays en Europe continentale, qui accueillent au total 1,1 milliard de visiteurs par an. Klépierre détient une participation majoritaire (56,1 %) dans Steen & Strøm, première société foncière scandinave de centres commerciaux. Klépierre est une Société d'investissement immobilier cotée (SIIC) française, dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext Paris, et est membre des indices CAC Next 20, EPRA Euro Zone et GPR 250. Elle est aussi membre d'indices éthiques, comme le DJSI World et Europe, FTSE4Good, STOXX® Global ESG Leaders, Euronext Vigeo France 20 et World 120, et figure sur la « Liste A » du CDP. Ces distinctions soulignent l'engagement du Groupe dans une démarche proactive de développement durable, ainsi que le leadership mondial du Groupe dans la lutte contre le changement climatique.

Pour en savoir plus, veuillez consulter notre site Internet : www.klepierre.com

