

KLÉPIERRE REMPORTE DEUX TROPHÉES AU MAPIC

Paris, le 17 novembre 2017

Klépierre, le leader européen *pure play* des centres commerciaux avec plus de 100 centres dans 16 pays, s'est vu décerner hier soir deux trophées lors de la 22^e cérémonie de gala du MAPIC, le salon international de l'immobilier commercial qui se tenait au Palais des Festivals de Cannes. Le premier trophée récompense le centre commercial Hoog Catharijne à Utrecht (Pays-Bas) dans la catégorie du meilleur projet commercial urbain. Le second consacre le nouveau centre du Prado à Marseille dans la catégorie du meilleur futur centre commercial.

Créés en 1996, les trophées du MAPIC récompensent l'excellence, l'innovation et la créativité dans le secteur de l'immobilier commercial, en reconnaissant les meilleurs enseignes et projets immobiliers au niveau international. Les gagnants sont choisis par un jury indépendant, composé de professionnels de l'immobilier commercial, présidé cette année par Tom Meager, directeur immobilier du groupe Primark.

« J'éprouve une très grande fierté que Klépierre ait été doublement récompensée par les plus éminents professionnels de notre industrie cette année. Hoog Catharijne incarne notre vision de la manière dont nos centres doivent évoluer et se moderniser en mêlant une offre inédite de commerces, de restaurants de centre-ville, de bureaux accueillant des sièges sociaux de multinationales et deux hôtels. Prado, naturellement intégré dans le projet urbain, a été conçu sur l'idée de créer un lieu de socialisation, ouvert, dynamique et bienveillant avec une architecture innovante et emblématique », **déclare Jean-Marc Jestin, président du directoire de Klépierre.** « Je tiens à manifester ma reconnaissance au jury des trophées du MAPIC pour cette distinction qui honore l'ensemble du groupe Klépierre, et profite de cette heureuse circonstance pour féliciter l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires associés à ce projet ».

FOCUS SUR LES 2 PROJETS KLÉPIERRE RÉCOMPENSÉS

Hoog Catharijne (Utrecht, Pays-Bas) – Catégorie « *Best Urban Retail Project* »

Situé sur un axe géographique stratégique entre le centre-ville historique d'Utrecht et la gare centrale, Hoog Catharijne est le centre commercial le plus visité des Pays-Bas, accueillant plus de 26 millions de visiteurs par an. Son emplacement ultra-central en fait le « cœur commercial » du pays. Le centre commercial d'Hoog Catharijne fait l'objet d'un projet d'extension majeur, dont la première phase a vu le jour le 6 avril dernier, avec l'ouverture de 16 000 m² de nouveaux espaces commerciaux, augmentant la fréquentation du centre de 6 %. Une fois le projet finalisé, Hoog Catharijne deviendra le plus grand centre commercial des Pays-Bas, et fera partie des cinq centres les plus fréquentés d'Europe, offrant de superbes opportunités aux marques internationales pour y installer leur flagship dans un cadre à la fois moderne et intégré dans l'espace urbain.

- Architecte : STIR
- Nombre de visiteurs : 26 millions
- Nombre d'enseignes : 180
- Surface : 78 000 m²
- Date prévisionnelle d'ouverture pour la phase finale du projet d'extension : fin 2019



Prado (Marseille) – Catégorie « Best Futura Shopping Center »

Projet emblématique du Groupe Klépierre pour l'année à venir, développé en partenariat avec Montecristo Capital, le nouveau centre du Prado ouvrira ses portes à Marseille en avril 2018. Situé à proximité du rond-point du Prado, du stade du Vélodrome et du parc des expositions, au cœur d'un bassin urbain exceptionnel desservi par tous les modes de transports en commun et relié réseau autoroutier, le centre commercial du Prado bénéficie d'une localisation optimale et concentre les dernières tendances séduisant une clientèle qui apprécie les grandes marques. D'une superficie de 23 000 m², le Prado déploie son design exceptionnel sous une immense verrière baignée de lumière, de transparence et de verdure, où les grandes enseignes telles que Les Galeries Lafayette, Repetto ou encore Zara, jouiront d'un écrin incomparable. La terrasse située sur le toit du Prado accueillera un espace restauration innovant, dans la lignée du concept « Destination Food » cher au Groupe Klépierre, où l'on trouvera Wagamama ou encore Les petits producteurs.

- Architectes : Benoy & Didier Rogeon Architecture
- Nombre d'enseignes : 55
- Surface : 23 000 m²
- Date d'ouverture : avril 2018

KLÉPIERRE A PRÉSENTÉ SES INNOVATIONS AU MAPIC 2017

Outre ces deux projets, Klépierre a mis en avant sur son stand l'extension et la rénovation de Val d'Europe ainsi que d'autres projets de développement en Italie (Gran Reno, à Bologne) et en Norvège (Økern, Oslo) notamment. Lors de deux conférences, le Groupe a également fait part de son expertise dans le parcours client.

Destination Food

Louis Bonelli, directeur commercial du groupe, a participé à la table ronde « *Food & Beverage: From shopping malls to lifestyle* ». Il y a notamment présenté Destination Food, le concept innovant de Klépierre pour transformer l'expérience client en matière de restauration dans ses centres commerciaux et contribuer à en faire de véritables lieux de vie.

Parcours client

Élise Masurel, directrice du marketing du Groupe, a participé à la table ronde « *The new seamless customer experience: Interact with your customers and grow your business* ». Elle y expliqué comme les innovations digitales permettent d'améliorer le parcours client et a exposé la démarche globale de Klépierre dans ce domaine.

À PROPOS DE KLÉPIERRE

Leader pure play de l'immobilier de centres commerciaux en Europe, Klépierre associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management. Le portefeuille de la société est estimé à 23,3 milliards d'euros au 30 juin 2017, 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, 1^{re} foncière scandinave de centres commerciaux. Klépierre est une Société d'investissement immobilier cotée (SIIC), 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 dans la liste « A » du CDP. Autant de marques de reconnaissance de l'engagement du Groupe dans une démarche active de développement durable et de son leadership mondial dans la lutte contre le changement climatique.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur : www.klepierre.com

CONTACTS PRESSE

Hélène SALMON, Responsable communication corporate et interne

+33 (0)1 40 67 55 16 – helene.salmon@klepierre.com

Lorie LICHTLEN / Stephanie LASNEL, Burson-Marsteller i&e

+33 (0)1 56 03 12 12 – klepierre.media@bm.com