

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# PRADO, PROJET EMBLÉMATIQUE DE KLÉPIERRE, OUVRE À MARSEILLE

Paris, le 28 mars 2018

Le nouveau centre commercial Prado, développé en partenariat avec Montecristo Capital, ouvre demain ses portes à Marseille. Il est inauguré ce soir par Jean-Claude Gaudin, maire de Marseille. Résultat d'un chantier d'envergure de 30 mois, Prado illustre parfaitement la conception que se fait Klépierre d'un centre commercial de nouvelle génération : il est idéalement intégré à la ville, répond aux meilleurs standards environnementaux et est doté d'une offre commerciale sur-mesure. D'une superficie à taille humaine (23 000 m<sup>2</sup>), Prado déploie une architecture unique sur quatre niveaux sous une canopée de verre majestueuse qui baigne de lumière des enseignes telles que Les Galeries Lafayette, Repetto, Alain Figaret, Jacadi ou encore Zara, qui bénéficient d'un écrin incomparable. Récompensé au MAPIC 2017 dans la catégorie « *Best Futura Shopping Center* », Prado affiche aujourd'hui l'ambition d'offrir un « shopping d'exception » à Marseille.



©Asylum



## UN CENTRE A L'ARCHITECTURE EPOUSTOUFLANTE QUI CELEBRE MARSEILLE

Situé au rond-point du Prado, devant le stade Vélodrome et près du Parc des expositions, desservi par tous les modes de transports en commun et relié au réseau autoroutier, Prado se distingue par une architecture et un design contemporains et audacieux. Conçu par les cabinets d'architectes Benoy et Rogeon comme une rue commerçante et inspiré des galeries italiennes du XIX<sup>e</sup> siècle, ce nouveau lieu du shopping est recouvert d'une canopée composée de 1 750 panneaux vitrés. Posée sur une structure en résille monumentale qui semble en suspension. Véritable œuvre d'art, cette canopée fait écran au Mistral et laisse passer la lumière tout en protégeant du soleil.

Situé dans l'incontournable quartier éponyme de la ville, qui recense 300 000 habitants et 400 000 m<sup>2</sup> de bureaux, Prado a été conçu pour séduire une clientèle de riverains qui ne disposait pas jusqu'alors d'une telle offre commerciale.

**« Je suis très fier d'être à Marseille aujourd'hui pour inaugurer le centre commercial Prado, véritable condensé de l'ensemble des savoir-faire du Groupe Klépierre, déclare Jean-Marc Jestin, président du directoire de Klépierre. Prado résume parfaitement notre vision du centre commercial nouvelle génération comme l'explique notre signature : Shop. Meet. Connect.™. À Prado comme ailleurs, nous accompagnons les marques dans leur adaptation aux mutations du commerce et leur offrons une vitrine fantastique pour leurs produits et leurs concepts. Nous proposons aux visiteurs plus que du shopping avec de véritables lieux de rencontre, de partage, d'expérience. C'est le cas avec ces terrasses exceptionnelles qui vont accueillir des restaurants panoramiques. Prado est aussi en prise directe avec son territoire, engagé auprès des acteurs économiques locaux, connecté aux transports, aux communautés digitales, à son quartier. C'est enfin et surtout un centre remarquable en termes de performance environnementale : il l'a été dès sa conception, il le sera dans sa performance énergétique quotidienne et sa faible empreinte carbone. »**

## UNE OFFRE COMMERCIALE SANS EGALE DANS LA REGION

Prado, dont la commercialisation est quasiment achevée (96 %), accueille des enseignes locales et internationales qui ouvriront de manière progressive jusqu'à l'été. Elles sont autant de marques premium chacune dans son secteur : mode, *lifestyle*, beauté et restauration.

Les Galeries Lafayette, figure de proue de ce nouveau lieu de vie, reçoivent dès aujourd'hui les clients dans leur concept de 9 400 m<sup>2</sup> sur quatre niveaux. Parmi les autres marques-phares de la mode et du *lifestyle* figurent notamment Repetto, Pellegrin & Fils, Tesla, Lacoste, Jacadi et Zara, qui ouvrira dans quelques semaines son plus grand magasin de la région, d'une surface de 3 300 m<sup>2</sup> où seront disponibles l'ensemble de ses gammes.

Ouvrent le 29 mars : Les Galeries Lafayette, Tesla, Comptoir des cotonniers, Pandora, Sweet Pants, Jacadi, Lacoste, Figaret, Repetto, Pellegrin & fils, Gris Perle, Emma & Chloé, Mon petit bikini, Factory & Co, Lush, Lissac, Guess, Etam Lingerie, Courir, Salsa, Izac, Kusmi Tea, Fabuleux Shamann, Madeleine & Gustave. Quant aux autres enseignes, elles peaufinent encore leurs boutiques et ouvriront progressivement jusqu'à l'été. C'est le cas de Sabon, Mauboussin, etc.

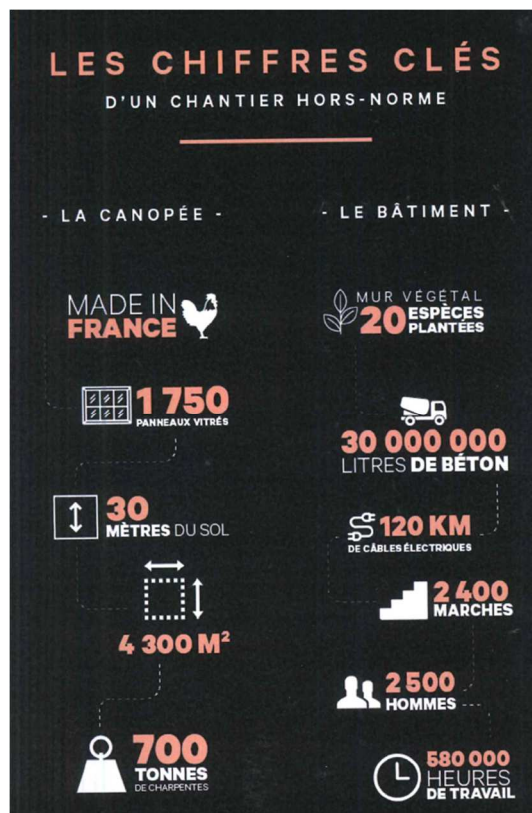
L'offre alimentaire et de restauration a été conçue de façon originale traduisant ainsi la volonté de Klépierre de faire de ses centres des lieux de vie et de partage. Des lieux où l'on se retrouve pour dîner, pour échanger, pour travailler et pour vivre une expérience au-delà du shopping. L'offre de restauration sera entièrement déployée sur les terrasses à l'approche de l'été, avec des concepts tendances, notamment La Villa, le restaurant marseillais qui viendra compléter l'offre gourmande du Prado avec ses spécialités locales. Prado accueillera les burgers Big Fernand, les bagels Factory & Co ou encore les saveurs chypriotes de la maison Mavromattis. Il

offrira également une halle alimentaire Auchan Gourmand sur 2 300 m<sup>2</sup>, un concept exclusif conçu pour Prado autour de produits du terroir.

L'attention portée à l'expérience se déclinera également autour d'animations culturelles et ludiques inspirées du savoir-faire de Klépierre en matière d'évènements et d'hospitalité avec les démarches Let's Play® et Clubstore®. Elles guident, chez Klépierre, les nombreuses initiatives qui enchantent le parcours client à toutes les étapes et créent une atmosphère unique de surprise et d'émotion.

## UN CHANTIER HORS NORME ET INNOVANT SUR LE PLAN ENVIRONNEMENTAL

Conformément à la démarche éco-responsable qui inspire tous les projets de Klépierre, Prado a été conçu à la fois pour offrir un parcours client agréable, sans couture et pour n'avoir recours ni à la climatisation en été, ni au chauffage en hiver. Intégré à un vaste programme d'aménagement urbain durable, Prado partage avec le Stade Vélodrome, les bureaux et les hôtels voisins une boucle d'eau chaude permettant un échange de chaleur et des économies d'énergie. Un grand mur végétal de 400 m<sup>2</sup> ornera le mail et des ruches seront installées sur les jardins en terrasse, en vue notamment d'activités éducatives. Prado est par ailleurs le premier centre en Europe labellisé « Cradle-to-Cradle™ » : l'engagement environnemental s'est traduit dès le chantier par l'utilisation de matériaux de construction valorisables ou recyclables et de produits écoresponsables tels que des pierres naturelles. Le centre est également certifié BBC (bâtiment basse consommation) et répond aux critères du niveau « excellent » de la certification de performance environnementale BREEAM. Une première pour un centre commercial en France.



## À PROPOS DE KLEPIERRE

Klépierre, propriétaire et gestionnaire de la plateforme de centres commerciaux leader en Europe, associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management. Le portefeuille de la Société est estimé à 23,8 milliards d'euros au 31 décembre 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, 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, rendez-vous sur [www.klepierre.com](http://www.klepierre.com)  

## CONTACTS PRESSE

**Hélène SALMON**, Responsable groupe de la communication corporate et interne  
+33 (0)1 40 67 55 16 – [helene.salmon@klepierre.com](mailto:helene.salmon@klepierre.com)

**Lorie LICHTLEN / Camille PETIT / Stephanie LASNEL**,  
Burson-Marsteller i&e  
+33 (0)1 56 03 12 12 – [klepierre.media@bm.com](mailto:klepierre.media@bm.com)