

KLÉPIERRE ACCUEILLE DE NOUVELLES ENSEIGNES GRÂCE À UN MODÈLE DE PARTENARIAT INNOVANT

Paris, le 15 septembre 2021

« NOUS épicerie anti-gaspi », « LOBSTA » ou encore Von Dutch (via *Advanced Retail*) : trois nouveaux partenaires qui ouvrent leurs premiers magasins et restaurants dans des centres commerciaux Klépierre grâce à une démarche innovante. Ces partenariats sont le fruit d'un nouveau modèle contractuel sur-mesure que teste le *leader* européen des centres commerciaux.

UN MODELE INNOVANT ET SUR-MESURE

Soucieux d'offrir à sa clientèle une offre de commerces enrichie et de permettre à de nouveaux acteurs d'accéder à ses centres commerciaux en bénéficiant de leur attractivité, Klépierre a imaginé un nouveau modèle contractuel fondé sur des partenariats.

« Le principe est simple : nous partageons les investissements avec ces enseignes dans une structure commune », explique Pierre-Étienne Alline, directeur exploitation Groupe de Klépierre. *« C'est l'occasion de s'installer en centre commercial pour des marques qui n'y étaient pas présentes, ou pour les nouveaux concepts de marques existantes de plus longue date. Une opportunité unique pour ces enseignes de bénéficier du flux des centres commerciaux, d'une visibilité inédite et de la qualité des infrastructures et des services aux commerçants. »*

UNE OPPORTUNITE DE DEVELOPPEMENT UNIQUE POUR LES MARQUES PARTENAIRES

- LOBSTA réinvente le homard façon *street food* et teste trois formats avec Klépierre : un container maritime réaménagé en restaurant à Odysseum à Montpellier, un restaurant « classique » aux Passages à Boulogne-Billancourt et un kiosque au cœur de l'extension de Val d'Europe dans l'Est parisien.
- La marque de vêtements Von Dutch, par l'intermédiaire de Advanced Retail, s'implante en exclusivité en centre commercial, à la gare Saint-Lazare à Paris et à Val d'Europe.
- NOUS Anti-gaspi fait son entrée exclusive en centre commercial aux Passages à Boulogne-Billancourt avec une épicerie solidaire.



Les atouts de ce partenariat sont nombreux pour les enseignes qui vont toucher une nouvelle clientèle et bénéficier d'emplacements qui leur permettent d'étendre leur notoriété en s'installant au cœur des flux des centres commerciaux.

C'est aussi le moyen de tester de nouveaux concepts, d'ajuster leur modèle d'affaires et d'explorer des marchés plus rapidement.

C'est enfin l'opportunité pour ces enseignes de se développer plus largement, puisque le portefeuille de Klépierre leur permet d'envisager des ouvertures à l'échelle européenne.

UNE LOGIQUE DE TEST POUR IMAGINER LE COMMERCE DE DEMAIN ET RENFORCER LA PREFERENCE DE MARQUE

Il s'agit d'une démarche de *test and learn* qui permet à Klépierre d'explorer de nouveaux territoires essentiels à la transformation continue du modèle des centres commerciaux, de se rapprocher davantage des commerçants qui en sont le cœur battant et d'y accueillir de nouveaux acteurs, sources de différenciation et de dynamisme.

D'autres partenariats sont en cours de discussion, en France et en Europe, avec des acteurs de segments très variés comme les loisirs, la jardinerie, l'animalerie, le bricolage et qui y voient une opportunité unique de développer leur activité au sein de la destination *shopping* préférée des Français.

« Ce nouveau modèle traduit notre capacité d'innovation et nous permet d'élargir notre offre en accueillant et en accompagnant de nouveaux partenaires avec agilité. Ils apportent à nos centres, lieux de vie et d'expérience, une nouvelle tonalité. J'y vois aussi la marque tangible de l'activité soutenue de nos équipes, de nos centres, de notre secteur qui, malgré 18 mois éprouvants pour le commerce, ont su maintenir une dynamique efficace et créative », ajoute Jean-Marc Jestin, président du directoire de Klépierre.

CONTACTS MEDIA

Hélène SALMON, Head of Internal and Corporate Communication
+33 (0)1 40 67 55 16 – helene.salmon@klepierre.com

Wandrille CLERMONTTEL, Taddeo
+33 (0)6 58 53 45 91 — teamklepierre@taddeo.fr

À PROPOS DE KLÉPIERRE

Klépierre, leader européen 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 21,5 milliards d'euros au 30 juin 2021, et compte de grands centres commerciaux dans plus de 10 pays en Europe continentale, qui accueillent des centaines de millions 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, Euronext CAC 40 ESG Index, 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    

Ce communiqué de presse est disponible sur le site internet de Klépierre : www.klepierre.com

