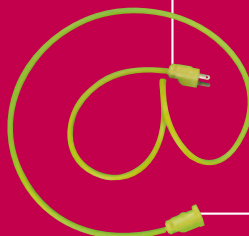
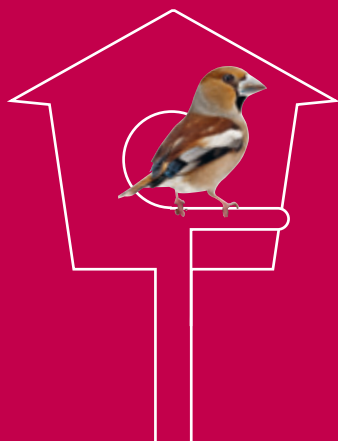


BIENVENUE
CHEZ VOUS !

× Rapport d'activité 2011 ×



WWW.MERCIALYS.COM



mercialis
L'Esprit Voisin.



NOTRE GROUPE

Profil

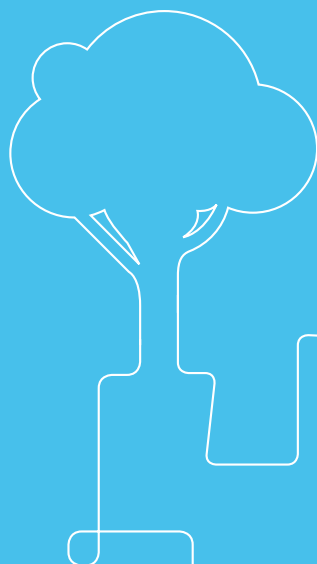
Le message du Président	2
La Gouvernance	6
Les faits marquants 2011	8
Les chiffres clés	10



NOS VALEURS

Ici, vous êtes chez vous

L'Esprit Voisin, marque de fabrique de Mercialys	14
Reflets de l'identité locale	16
Des idées qui rendent service	18
Les centres commerciaux en ligne avec leurs clients	20
Commerçants et citoyens responsables	22



NOTRE AMBITION

Une nouvelle vision du commerce

Valentine Grand Centre tisse une histoire commune avec les Marseillais	26
L'Esprit Voisin bat au cœur de... ..	32
Des partenariats créateurs de valeur	37
L'art de la transformation	39
L'esprit entrepreneurial	40
2006-2011 : les années Alcudia	42
Cap sur la "Foncière commerçante"	43
Ils adopteront eux aussi L'Esprit Voisin en 2012	44



Profil



Mercialys est l'une des principales foncières en France et en Europe. Cotée au SBF 120, la société a été créée en 2005 par Casino qui l'a depuis accompagnée dans sa croissance et demeure un partenaire de premier plan.

L'expertise et l'expérience de Mercialys dans la transformation et la rénovation de centres commerciaux en font un des leaders français de l'immobilier de commerce.

Mercialys détient et gère 120 actifs dont 84 centres commerciaux situés en France dans les grandes et moyennes villes, représentant une valeur de 2,6 milliards d'euros à fin 2011.

Depuis 2006, Mercialys mise sur son ambitieux programme Alcudia/Espirit Voisin pour rénover, restructurer, massifier et transformer l'ensemble de ses centres commerciaux. Véritable marque de fabrique, L'Esprit Voisin s'appuie sur la notion de proximité pour proposer aux clients et commerçants des centres commerciaux où ils se sentent comme chez eux. Cette démarche, c'est la façon différente dont Mercialys choisit d'exercer ses métiers que sont la valorisation et l'optimisation de son offre, la transformation et l'animation de ses centres commerciaux.

Proche et surtout à l'écoute de ses clients, Mercialys s'appuie sur les succès engrangés au cours des six dernières années et sur son dynamisme entrepreneurial pour concevoir et bâtir, jour après jour, le commerce de demain.



Six années de croissance pour un nouvel essor

Le message du Président Jacques Ehrmann



11

réalisations
inaugurées
en 2011



8

rénovations

“ Grâce à sa nouvelle stratégie de « Foncière Commercante », Mercialis va dépasser le statut de foncière et le rôle de bailleur pour devenir un « commerçant » multicanal hyperlocal. ”



2,6
milliards d'euros
d'actifs

Que retenir-vous de l'année écoulée ?

2011 a été une année pleinement réussie, marquée par d'excellents résultats à la fois financiers et opérationnels. Nos revenus locatifs et nos cash-flows ont continué à progresser de manière soutenue. Notre résultat des opérations (ou FFO), qui est notre principal indicateur de performance, a enregistré en 2011 une croissance de 10%, soit un chiffre deux fois supérieur à l'objectif que nous nous étions fixés en début d'année 2011.

Sur le plan opérationnel, l'année 2011 fut celle de tous les records après une année 2010 qui était déjà exceptionnelle. Jamais nous n'avons signé autant de baux et livré, démarré et conduit autant de projets. En 2011, nous avons ainsi signé 402 baux, soit 14% de plus qu'en 2010 et bien plus que notre part de marché naturelle, et livré 11 projets L'Esprit Voisin, parmi lesquels des sites aussi emblématiques que Marseille La Valentine, Annemasse ou Auxerre. Ces très belles réalisations - plébiscitées par les clients et les enseignes - nous permettent de renforcer considérablement la puissance commerciale de nos sites.

10 %
de hausse de notre
résultat opérationnel

Vous avez par ailleurs poursuivi votre démarche de cession d'actifs engagée en 2010...

Effectivement, le déploiement du programme L'Esprit Voisin s'accompagne depuis 2010 d'une politique de rotation des actifs. L'objectif est de se défaire d'actifs non stratégiques ou arrivés à maturité et de recentrer ainsi notre portefeuille sur un nombre réduit d'actifs nous permettant de nous concentrer sur notre cœur de métier : la transformation et la valorisation d'actifs à potentiel.



En deux ans, nous avons cédé à des institutionnels qui privilégient la détention long terme et la stabilité des rendements 61 actifs, principalement des galeries de services, des actifs de petite taille et quelques centres à maturité pour un montant de 242 millions d'euros, soit 5% du portefeuille cédé chaque année.

Ce processus de rotation d'actifs mené de pair avec le déploiement du programme L'Esprit Voisin a profondément transformé notre portefeuille d'actifs, qui se compose aujourd'hui de moins de centres, mais d'une taille plus significative et au potentiel accru.

Cette transformation majeure du portefeuille, nous la devons au travail remarquable mené par les équipes. La qualité de nos réalisations tient autant à leur niveau d'implication, qu'à leur organisation bien rodée et leur expertise reconnue dans la transformation de centres commerciaux.

Vous avez annoncé que l'année 2011 était un tournant stratégique. Quel bilan tirez-vous de ces six premières années d'existence de la société ?

L'année 2011 couronne un cycle porteur marqué par six années de croissance continue depuis la création de Mercialis. Durant cette période, nous avons mis en œuvre de puissants moteurs de croissance, à commencer par le programme Alcudia/L'Esprit Voisin. Ce projet de transformation, de modernisation et de massification de notre portefeuille d'actifs commerciaux vise à rendre nos centres plus attractifs et donc plus performants. En six ans, ce sont ainsi 37 centres représentant 286 000 m² qui ont fait l'objet d'une extension, restructuration ou rénovation

146
nouvelles
boutiques



xxx

au concept L'Esprit Voisin. Sans oublier que c'est aussi durant ces six années que L'Esprit Voisin est né pour s'imposer aujourd'hui comme notre marque de fabrique qui se décline dans tous les aspects de la création de valeur. Cette démarche différenciante à la fois architecturale, marketing et commerciale vise notamment à adapter la conception des centres et le mix des enseignes aux attentes des clients, et, plus généralement, à anticiper les évolutions de l'environnement pour réagir efficacement face à la concurrence. Synonyme de proximité géographique et relationnelle, L'Esprit Voisin est un positionnement résolument tourné vers le client qui reste au cœur de toutes nos actions.

“ *Nous prolongeons L'Esprit Voisin dans une logique encore plus commerciale.* ”

Grâce à la bonne exécution de sa stratégie d'origine, Mercialis a délivré une croissance remarquable au cours des six années écoulées : nos performances ont plus que doublé pendant cette période, à raison de 13 à 14% de croissance moyenne par an et près de + 9% en moyenne annuelle pour notre résultat des opérations (FFO) par action. Dans le même temps, la valeur du portefeuille a également plus que doublé pour atteindre 2,6 milliards d'euros. Mercialis souhaite marquer le succès de cette première phase de développement en récompensant la fidélité de ses actionnaires qui la soutiennent depuis 2005. Notre objectif est qu'une distribution exceptionnelle de 1,25 milliard d'euros, d'une ampleur sans précédent dans le secteur eu égard à la taille de Mercialis, soit versée au cours de l'exercice 2012 en plus du solde du dividende 2011.

112 900 m²
traités



Vous avez annoncé concomitamment le lancement d'une nouvelle stratégie que vous avez nommée la « Foncière Commercante ». De quoi s'agit-il ?

Aujourd'hui, nous avons une vision nouvelle de notre métier pour l'avenir qui sous-tendra la stratégie que nous avons nommée la « Foncière Commercante ». Nous voulons dépasser le statut de simple bailleur pour celui de « commerçant » hyperlocal multicanal, capable de proposer à ses locataires des outils marketing puissants, ciblés sur chaque micro-zone de chalandise pour renforcer l'attractivité des centres et stimuler la demande et leur chiffre d'affaires. Nous voulons également enrichir l'offre commerciale ou de services de nos centres pour répondre aux attentes non satisfaites des clients par le biais de partenariats ou en devenant si nécessaire « retailer » par exception afin d'accroître notre différenciation L'Esprit Voisin.

Nous devons gérer nos centres comme tout commerçant le ferait de son activité, en utilisant tous les moyens de communication et de développement à notre disposition pour attirer toujours plus de clients par des actions ciblées adaptées au tissu local.

402

baux signés



“ La “Foncière Commercante” est la nouvelle stratégie qui portera la croissance future de Mercialys. ”



31 200 m²
de surface créée



Quelles seront les conséquences de ce nouveau plan stratégique sur l'activité de l'année 2012 ?

Il nécessite le recentrage de notre portefeuille sur un nombre plus réduit d'actifs bénéficiant d'une envergure et d'un positionnement qui permettent le développement du modèle de « Foncière Commercante ».

Cela requiert en premier lieu de céder les actifs non adaptés au déploiement de cette nouvelle stratégie. Nous avons ainsi prévu de céder soixante à soixante-dix actifs, soit un volume de cession d'environ 500 millions d'euros au cours de l'année 2012.

Dans le même temps, nous allons accélérer encore notre programme de livraison de projets L'Esprit Voisin de rénovation et d'extension des centres avec l'objectif de traiter près de 100% du patrimoine conservé d'ici à fin 2014. Après 11 livraisons de projets L'Esprit Voisin en 2011, nous devrions en livrer 13 autres en 2012.

Le nouveau plan s'accompagne d'une normalisation de la structure financière de Mercialys avec la mise en place d'une dette d'un milliard d'euros, soit un endettement qui restera inférieur à la moyenne du secteur.

Globalement, nous en attendons le renforcement de la résilience de notre portefeuille, le maintien d'une croissance solide, quelle que soit la conjoncture ambiante, et un meilleur rendement pour les investisseurs qui nous font confiance depuis 2005.

Une telle évolution est soutenue par le Groupe Casino, qui accompagne la croissance de Mercialys depuis sa création en 2005 et qui continuera de l'accompagner dans cette nouvelle étape de développement en demeurant un partenaire de premier plan.

Nous nous sommes fixés comme objectif pour 2012 une croissance du résultat des opérations retraité des effets mécaniques liés à la mise en place du financement et aux cessions 2011 et 2012 de + 6% à + 8%.

Nous abordons cette nouvelle étape de notre développement, avec beaucoup d'enthousiasme, forts de l'expérience développée au cours de ces six dernières années, avec la mise en place de L'Esprit Voisin qui nous a permis de créer une marque différenciante très appréciée des enseignes et des clients et que beaucoup nous envient. Nous pensons que la stratégie de « Foncière Commercante » sera au moins aussi puissante et riche que l'est L'Esprit Voisin qui reste notre valeur de référence.

Jacques Ehrmann,
Président-Directeur Général

La Gouvernance

L'équipe de direction



JACQUES EHRMANN
Président-Directeur Général



GÉRY ROBERT-AMBROIX
Directeur Général Délégué



YVES CADELANO
Directeur Général Adjoint



MARIE-FLORE BACHELIER
Directeur Financier



JULIEN ROUSSEL
Directeur Commercial



ANNE-LAURE JOUMAS
Directeur Marketing et Communication



BRUNO DUGAS
Directeur Exploitation



ROXANE RAYNAUD
Directeur Valorisation



ÉLÉONORE VILLANUEVA
Directeur Grands Centres



Conseil d'administration

Jacques Ehrmann
Président-Directeur Général
de la société Mercialys

Bernard Bouloc
Ancien professeur
agrégé de Droit privé

Yves Desjacques
Directeur des Ressources
Humaines du Groupe Casino

Jacques Dumas
Directeur Général Adjoint
de la société Euris

Antoine Giscard d'Estaing
Directeur Financier
du Groupe Casino

Pierre Féraud
Président du conseil d'administration
de la société Foncière Euris

Michel Savart
Président-Directeur Général
de la société Foncière Euris

Philippe Moati
Professeur à l'Université Paris VII
et Coprésident de l'Observatoire
Société et Consommation - L'ObSoco

Éric Sasson
Gérant de la société Carlyle
Real Estate Advisors France

Pierre Vaquier
Président-Directeur Général
d'AXA REIM

Éric Le Gentil
Directeur Général
de Generali France Assurances

Camille de Verdelhan
Chargée de mission au sein
de la Direction Financière
du Groupe Casino

Comité des nominations et des rémunérations

Éric Le Gentil
Membre indépendant
et Président du Comité
Directeur Général
de Generali France Assurances

Philippe Moati
Professeur à l'Université Paris VII
et Coprésident de l'Observatoire
Société et Consommation - L'ObSoco

Yves Desjacques
Directeur des Ressources
Humaines du Groupe Casino

Michel Savart
Représentant de
l'actionnaire de contrôle
Directeur Général
de la société Foncière Euris

Bernard Bouloc
Membre indépendant
Ancien professeur agrégé
de Droit privé

Comité d'audit

Éric Sasson
Membre indépendant
et Président du Comité
Gérant de la société Carlyle
Real Estate Advisors France

Bernard Bouloc
Membre indépendant
Ancien professeur agrégé
de Droit privé

Pierre Vaquier
Membre indépendant
Président-Directeur Général
d'AXA REIM

Jacques Dumas
Représentant de
l'actionnaire de contrôle
Directeur Général Adjoint
de la société Euris

Comité des investissements

Pierre Vaquier
Membre indépendant
Président-Directeur Général
d'AXA REIM

Éric Sasson
Membre indépendant
Gérant de la société Carlyle
Real Estate Advisors France

Jacques Ehrmann
Président-Directeur Général
de la société Mercialys

Michel Savart
Directeur Général
de la société Foncière Euris

Antoine Giscard d'Estaing
Représentant
de l'actionnaire de contrôle
Directeur Financier
du Groupe Casino

Les faits marquants 2011

20 janvier La Caserne de Bonne à Grenoble reçoit le prix « Création de centre commercial 2011 » Procos, la Fédération du commerce spécialisé.

jan.



mars

5 mars Ouverture des nouvelles boutiques G Star, Guess, Tally Weijl et extension du magasin H&M au centre **Cap Costières à Nîmes**.

9 mars Baptême du centre commercial **Porte Sud-Geispo, à Strasbourg**. Mercialis et l'Union des Coopérateurs d'Alsace (Coop Alsace) ont agrandi de 3 000 m² cette petite galerie de services pour l'enrichir de 20 nouvelles enseignes.

20-23 mars Mercialis participe pour la seconde fois au Salon international de la **franchise** et du commerce en réseau. Seul propriétaire de centres commerciaux présent sur le salon, Mercialis met en contact les candidats à la franchise et les enseignes.

31 mars Cinq nouvelles enseignes ouvrent leurs portes à **Valentine Grand Centre à Marseille**, première étape du projet de rénovation et d'extension du centre.

avr.

6 avril Ouverture du centre commercial **La Rocade à Ajaccio**. L'extension de 1 470 m² permet aux Corses du Sud de découvrir quatorze nouvelles boutiques.

sept.

15 septembre La **Fête des Voisins** rassemble pour sa quatrième édition 250 représentants d'enseignes.

oct.

13 octobre Le Comité de labellisation attribuant le **Label « V »** distingue deux nouveaux centres :

Valentine Grand Centre à Marseille et La Caserne de Bonne à Grenoble.



11 mai Inauguration du centre commercial **Promenades Océanes, aux Sables d'Olonne**. Avec 5 800 m² supplémentaires, le centre accueille quatorze nouvelles boutiques.

12 mai Le centre commercial **Les Belles Feuilles**, rénové dans l'esprit « boutiques grand hôtel » est inauguré dans le 16^e arrondissement de **Paris**.

mai

Création d'un OPCI avec **Union Investment**, fonds d'actifs immobilier allemand. Acquisition d'un 1^{er} actif par l'OPCI situé à Bordeaux-Pessac.

Juil.

15 juin Le CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux) attribue le Trophée de la meilleure rénovation 2010 au centre Val Semnoz à Annecy et le Trophée du développement durable au Label « V ».

15-16 juin Les équipes Mercalys participent au **SIEC**, Salon de l'Immobilier et de l'Équipement Commercial à Paris.

juin

août

24 août Lancement de l'extension de **Valentine Grand Centre à Marseille**.

Les habitants de la région découvrent leurs 25 nouvelles boutiques.



9 novembre Ouverture du centre **Domaine Caladois à Villefranche-sur-Saône** qui offre 20 nouvelles enseignes, dans un cadre inspiré de l'univers viticole.

16 novembre Un lancement couronné de succès pour le centre du **Praz du Léman à Annemasse** : la Fnac et 19 autres belles enseignes y ont ouvert leurs portes.

16-18 novembre Mercalys présente ses nouveaux projets au **Mapic**, le Salon international de l'Immobilier commercial qui réunit chaque année plusieurs milliers d'acteurs clés du secteur.

23 novembre Lancement du centre **Fontaines des Clairions à Auxerre**. Avec 25 nouvelles enseignes, dont H&M, 5 800 m² supplémentaires et un nouveau décor, il devient une destination de choix.

nov.

Mercalys cède **16 actifs**, pour 120 millions d'euros d'actifs, soit environ 5% de son portefeuille, poursuivant ainsi sa politique de rotation des actifs arrivés à maturité initiée en 2010.

Extension de 4 boutiques au centre **Espace Anjou à Angers**.

Acquisition du centre de **Brive Malemort** qui sera transformé à l'image de L'Esprit Voisin.

déc.

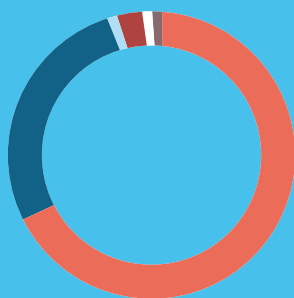


Les chiffres clés

2 639,9 M€

valeur d'expertise totale
(droits inclus)

Répartition du portefeuille
(en % de la valeur d'expertise au 31/12/11)



- 69 %** Grands centres régionaux et commerciaux (32 sites)
- 26 %** Centres locaux de proximité (52 sites)
- 1 %** Actifs en développement
- 3 %** Autres (16 sites)
- 1 %** Grandes surfaces spécialisées (5 sites)
- 1 %** Cafétérias indépendantes (15 sites)

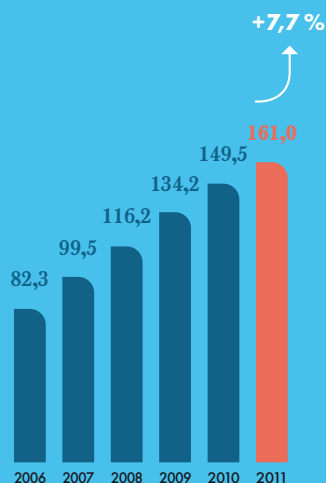
* Capacité d'autofinancement.

** Résultat net part du groupe avant amortissements et plus-values de cessions.

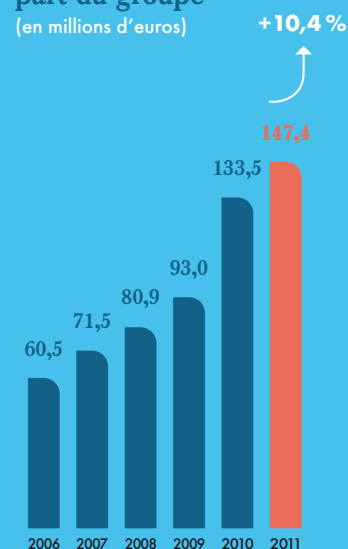
*** Capacité d'autofinancement par action, dilué.

**** Dont 0,54 euro d'acompte versé en septembre 2011, sous réserve de l'approbation de l'Assemblée générale du 13 avril 2012.

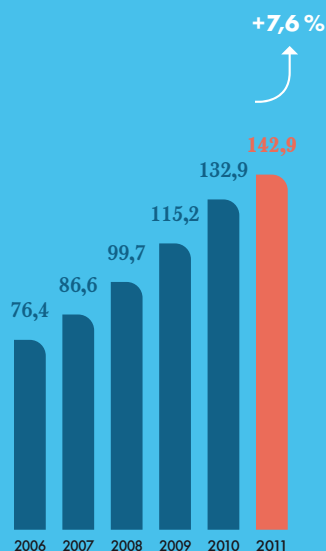
Revenus locatifs
(en millions d'euros)



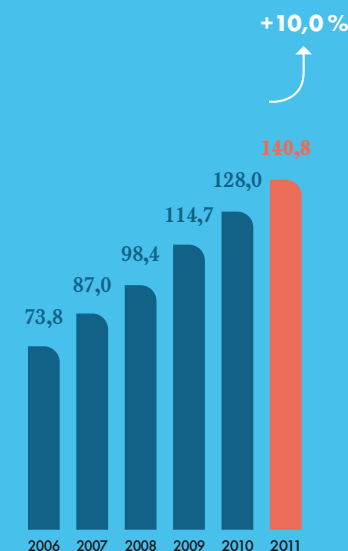
Résultat net part du groupe
(en millions d'euros)



Cash-flows*
(en millions d'euros)



FFO**
(en millions d'euros)



Cash-flows par action 2011***
1,56 euro par action
+7,5 % sur 1 an

Mercialys en Bourse

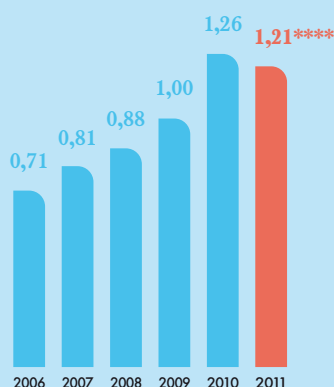
26,04 €

cours de clôture
au 29/02/12

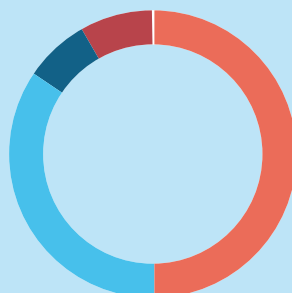
+44 %

de croissance de la valeur
de l'action depuis l'IPO

**Dividende net
par action**
(en euros)



Répartition du capital
(en %, au 31 janvier 2012)



50,09 % Casino
34,56 % Public
7,26 % Groupe AXA
8,01 % Groupe Generali
0,07 % Auto-contrôle

Nombre de titres :
92 022 826

**Capitalisation
boursière :**
2 396,3 millions d'euros
au 29/02/12

Secteur d'activité :
participation
et promotion immobilière

Entrée au SBF 120 :
le 19/12/09

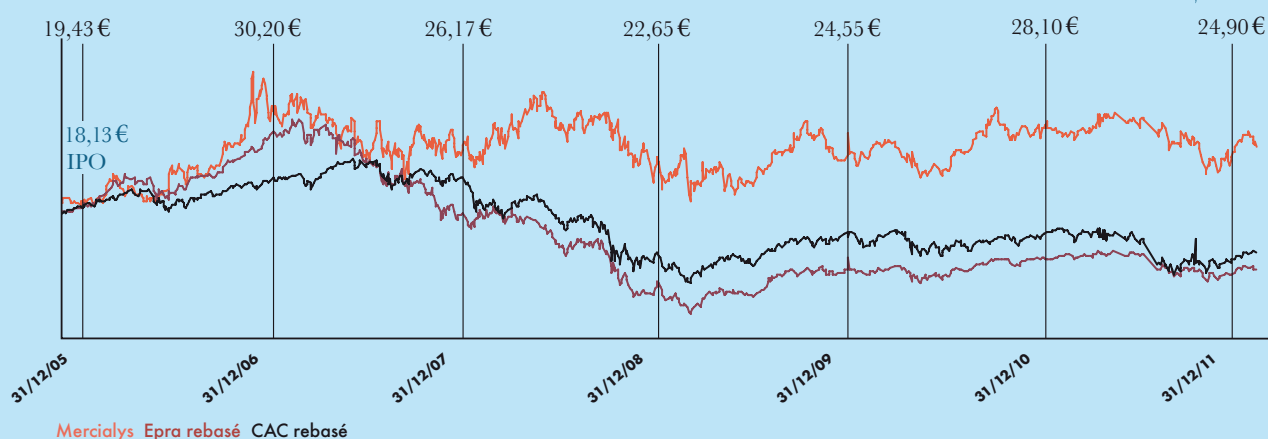
Indice principal :
CAC All Shares

Marché :
Euronext compartiment A

Place de cotation :
Euronext Paris

Éligibilité PEA/SRD :
oui/oui

Cours de Bourse du 11/10/05 (IPO) au 28/02/11 (en euros)



LE PROGRAMME ALCUDIA/ L'ESPRIT VOISIN *****

Depuis 2006, Mercialys s'attache à revaloriser ses sites dans le cadre de son programme « Alcudia/L'Esprit Voisin » qui vise à rénover, restructurer et massifier l'ensemble de ses centres commerciaux.

MA PETITE
BOUTIQUE



L'Esprit Voisin, marque de fabrique de Mercialys



S'appuyant sur la valeur de proximité, L'Esprit Voisin anime l'ensemble des actions de Mercialys. Véritable empreinte de la marque, il s'inscrit dans la démarche constante de valorisation, d'optimisation de l'offre, de transformation et d'animation des centres commerciaux. C'est un état d'esprit, créateur de lien et d'humanité, qui imprègne toute l'entreprise. Cette différenciation, les équipes de Mercialys s'attachent au quotidien à la cultiver pour faire de ces centres des lieux de rencontres et d'échanges.



Des centres rénovés et adaptés à tous

L'Esprit Voisin, c'est la marque de fabrique de Mercialys qui guide l'ensemble de ses rénovations et extensions. Synonyme de « bienvenue » et fondé sur le principe de proximité, il est parfaitement adapté aux demandes des clients. Ancrés dans leurs territoires, les centres commerciaux possèdent leur propre identité : aménagements, architecture, services... Leur ambiance s'inspire directement du quotidien des clients. Accueil chaleureux, mobiliers cosy « comme à la maison » et services astucieux sont autant de signes forts qui leur donnent la sensation d'arriver dans un lieu habité et les accompagnent tout au long de leur parcours. Principalement situés dans des villes de taille moyenne, les centres commerciaux Mercialys deviennent de véritables points de convergence d'une ville ou d'un quartier. Ils sont au cœur de la vie quotidienne de leurs clients.



11 centres convertis
à L'Esprit Voisin en 2011

Le client au cœur de L'Esprit Voisin

En bons voisins, les centres Mercialys incarnant L'Esprit Voisin sont attentifs à leurs clients et veillent à répondre à leurs attentes, voire à les devancer. Plus de sourires, de services et d'humanité... C'est une multitude d'attentions pour que les courses au quotidien deviennent pour le visiteur un moment d'échanges, sans qu'il n'ait à se presser, ni à perdre son temps.



L'Esprit Voisin récompensé

La réouverture du centre Val Semnoz-Seynod n'est pas passée inaperçue dans la profession ! En effet, le projet a été récompensé par le Conseil National des Centres Commerciaux qui a lui décerné le « Trophée de la meilleure rénovation 2010 ».



Partenaire de confiance des enseignes

Si L'Esprit Voisin incarne la proximité, il est avant tout synonyme de confiance envers ses partenaires commerçants et enseignes. Avec chacun d'entre eux, Mercialys s'attache à entretenir une relation fondée sur l'écoute et le dialogue, et à multiplier les occasions de renforcer les liens. La Fête des Voisins, créée spécialement à leur attention, symbolise cet engagement fort et a rassemblé pour sa 4^e édition plus de 250 directeurs et développeurs d'enseignes.

En 2011, de nombreuses nouvelles enseignes ont rejoint pour la première fois les centres Mercialys, convaincues de leur potentiel. Parmi elles, la Fnac, Mise au Green, Nature & Découvertes, Biz Bee, Kiko, Adidas, ou encore Actu Eyes partagent désormais L'Esprit Voisin.



Retrouvez L'Esprit Voisin sur le Web



146 boutiques
ouvertes

27 nouvelles enseignes
accueillies

402 baux signés
(351 en 2010)



Rencontres au MAPIC

Acteur incontournable du marché de l'immobilier de commerce, Mercialys a naturellement tenu une place de choix au 17^e Mapiic (Marché international des Professionnels de l'Immobilier commercial), en novembre dernier à Cannes. L'occasion de nouer de nombreux contacts et de recevoir ses partenaires enseignes sur un stand remarqué, illustrant les codes de L'Esprit Voisin.



Reflets de l'identité locale

Un centre commercial, c'est un lieu essentiel de la vie de tous les jours. On y a ses habitudes, on y rencontre ses proches... C'est donc bien à lui de s'adapter à l'environnement qui l'entoure. Voilà pourquoi aucun centre Mercialys ne ressemble à un autre.

Du littoral jusqu'aux montagnes

À chaque région son ambiance. Aux Sables d'Olonne, en Vendée, le charme du bois de pin maritime gemmé et de châtaignier recrée l'ambiance des bords du littoral Atlantique. À Villefranche-sur-Saône, les charpentes en bois rappellent les chais du Beaujolais. La façade en bois et en pierre sèche évoque la situation du centre d'Annemasse entre lac et montagnes. Pour Mercialys, chaque site est exclusif et conçu dans le respect de l'architecture locale, avec des matériaux traditionnels identitaires.

Une volonté de personnalisation qui va jusqu'au choix des noms. En effet, lors de chaque projet, les clients sont invités à prendre part au choix du nom de leur futur centre. À Annemasse, le nom « Praz du Léman » a été choisi pour rappeler sa localisation, Praz signifiant « pré » en savoyard. Domaine Caladois, quant à lui, rappelle l'univers de la vigne et le nom des habitants de Villefranche-sur-Saône.

Carrefour de rencontres et d'échanges

Dans les centres Mercialys, les clients ne font pas que se croiser ; ils se rencontrent, échangent et partagent des moments du quotidien. Tout est conçu pour favoriser le lien social et la convivialité. Chaque année, les centres organisent la Fête des Voisins qui donne l'occasion aux « voisins » commerçants et clients de se retrouver. À Valentine Grand Centre à Marseille, un boulodrome accueille des tournois toute l'année. À Villefranche-sur-Saône, ce sont des animations pédagogiques qui seront organisées autour de la vigne pour les écoles et les familles.



Des personnalités
locales sympathiques,
directeurs de centres

Pour incarner et faire vivre au quotidien les valeurs de L'Esprit Voisin, Mercialys recrute régulièrement des personnalités locales, connues et appréciées de tous, pour diriger ses centres. C'est ainsi que quatre anciens athlètes de haut niveau du monde du rugby, du handball et du hockey sont aujourd'hui aux commandes des centres de Clermont-Ferrand, Annecy, Dijon et Grenoble.

Commerçants solidaires

Le lien social est une valeur incontournable de L'Esprit Voisin. C'est pourquoi il y a toujours un projet associatif défendu ou une initiative soutenue dans les centres Mercialys, qu'il s'agisse de la promotion d'actions culturelles locales, de l'engagement pour les Restos du Cœur, d'un soutien pour le Téléthon ou d'un partenariat en faveur du développement du territoire... Partager L'Esprit Voisin, c'est aussi s'investir dans le développement social et économique local.

21 centres ont une page Facebook,
un compte Twitter et
un espace Foursquare

Créateurs de lien... et d'emplois !

Chaque projet d'extension de centre contribue au dynamisme économique du territoire sur lequel il est implanté. Mercialys facilite la mise en relation des candidats à l'embauche avec les enseignes créatrices d'emplois. Organisé en partenariat avec le Pôle Emploi local, le Forum de l'Emploi propose des rendez-vous de recrutement et d'information au sein du centre. Ce partenariat s'inscrit dans la durée puisque de nouveaux rendez-vous sont ensuite régulièrement organisés dans le centre.

La part belle aux commerçants locaux

Et pour soutenir les commerçants locaux, Mercialys favorise l'implantation d'enseignes indépendantes, aux côtés des enseignes nationales. À Annemasse et à Marseille, les boutiques de prêt-à-porter Manélys et Trendy occupent une place de choix dans le centre.



Des idées qui rendent service



Conquérir le cœur de ses clients est un défi permanent. Alors pour être toujours plus attentionné et utile auprès de ceux qui lui font confiance, Mercialys innove sans cesse avec des idées et des astuces qui font la différence.

Ouvert et à l'écoute

Toujours présent, disponible et attentif, le directeur de centre Mercialys est là pour faire vivre au quotidien L'Esprit Voisin. Véritable médiateur au service des clients et des commerçants, il échange et recueille les avis, les remarques et les suggestions des uns et des autres directement, via le site Internet du centre commercial ou une boîte à idées située dans le centre.

Au service du bien-être

En bons voisins, les centres Mercialys savent accueillir tous les publics et trouver les services qui améliorent leur quotidien. Des petites attentions ont donc été aménagées ici et là, pour permettre à tous de se détendre et de passer un agréable moment en famille. En plus des nurseries, pratiques et toujours accessibles, les centres mettent à disposition des aires de jeux intérieures et extérieures pour permettre aux petits de s'amuser sous l'œil attentif de leurs parents.





À l'espace « Le Rendez-Vous », localisé au cœur du centre, tout le monde peut se retrouver. Ce lieu de rencontres est aménagé pour centraliser toutes les informations pratiques du centre : services disponibles, borne téléphonique pour être directement mis en relation avec une compagnie de taxi, espace de repos, affichage digital des horaires des bus selon les centres et des zones de wi-Fi gratuit.

Tous les chemins mènent à L'Esprit Voisin

En bus, en vélo, à pied ou en voiture... Tout est bon pour se rendre au centre commercial. Pour inciter ses clients à emprunter des moyens de transport plus économiques et écologiques, Mercialis intègre l'accessibilité dès la phase de conception. Pour cela, les équipes travaillent en partenariat avec les collectivités locales, comme ce fut le cas à Marseille et à Villefranche-sur-Saône pour la création de dessertes de bus ou la prolongation de pistes cyclables qui rejoignent le parking. Côté astuces : les horaires de bus sont affichés en temps réel dans le centre pour ne jamais rater son départ. Et pour encourager l'éco-transport, des abris à vélos et des places de parking réservées au covoiturage côtoient des bornes de recharge pour véhicules hybrides et électriques.



44,5 millions de S'Miles distribués
871 000 transactions en boutique
620 boutiques participantes
215 000 porteurs récompensés



Parole aux clients

Dans un souci d'optimisation continue, Mercialis écoute ses clients pour connaître leurs avis. Cette année 19 centres ont lancé de grandes enquêtes de satisfaction pour évaluer la qualité des ambiances, des accès, du parking, de l'offre commerciale et des services... Résultat : 87 % de clients satisfaits recommandent leur centre commercial.



La fidélité récompensée

Parce qu'une relation de confiance s'entretient tous les jours, les centres ont adhéré au programme S'Miles pour remercier la fidélité de leurs clients. Grâce à cette carte de fidélité multi-enseignes, chaque achat réalisé dans le centre permet de cumuler des S'Miles à convertir en bons d'achat, primes et cadeaux exclusifs. Encouragés par les résultats de ce programme, trois nouveaux centres l'ont rejoint en 2011, portant à 16 le nombre d'adhérents.

Les centres commerciaux en ligne avec leurs clients

✕✕✕✕✕✕✕✕ Pour prolonger le dialogue et créer une vraie relation de complicité avec leurs clients, les centres sont désormais actifs sur le Web et les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, ou Foursquare... Dans cette nouvelle stratégie digitale, directeurs de centres et commerçants investissent la toile pour construire et animer une communauté de clients et prospects. Aujourd'hui, L'Esprit Voisin se partage aussi sur le Web.



Les directeurs, véritables « Community Managers »

Animateurs de leurs centres sur le terrain, les directeurs Mercialis le sont aujourd'hui aussi sur le Web. En véritables « Community Managers », ils prolongent sur Internet leurs actions quotidiennes. La proximité chère à L'Esprit Voisin prend ainsi une nouvelle dimension en créant une passerelle continue entre commerçants, clients et centres commerciaux.



21 pages
Facebook

Cultiver L'Esprit Voisin sur le Web

Depuis toujours, les centres Mercialis sont des carrefours d'échanges pour des habitants d'un même quartier ou d'une même ville. Ils le sont aujourd'hui aussi sur le Web avec la création de plates-formes communautaires locales baptisées « Voisins d'ici ». Sur les espaces « Voisins d'ici Angers » et « Voisins d'ici Grenoble », les clients se retrouvent ainsi en ligne pour discuter et échanger des bonnes idées, des bons plans, des services ou des informations sur la ville...

Une nouvelle génération de sites Web

Cette révolution culturelle a tout naturellement engendré une nouvelle génération de sites Internet pour les centres commerciaux. Plus ergonomiques, dynamiques et aérés, ils donnent une large place à la parole des internautes avec des blogs d'actualité pour réagir et des liens assumés avec les réseaux sociaux. Et pour répondre aux nouveaux usages et au nombre croissant de clients connectés sur leurs smartphones, une version Web mobile de chaque site a été mise en ligne.

Lieux d'expression pour tous, les sites offrent également une forte visibilité aux enseignes nationales et aux commerçants locaux avec des espaces personnalisés, pour présenter leurs boutiques, leurs bons plans...

« Des boîtes et des lettres »

Pour profiter au maximum des fonctions virales de Facebook, 16 pages de centres ont lancé une opération baptisée « Des boîtes et des lettres ». Ce jeu convivial, visant à recruter des fans, a été la première expérience des centres sur Facebook et a permis de générer de nombreux contacts chaleureux entre les centres et leurs clients.



Les centres commerciaux géolocalisés sur Foursquare

Foursquare est un réseau social ludique basé sur la géolocalisation, où les utilisateurs signalent leur présence dans des lieux identifiés. Il s'agit d'un levier d'action supplémentaire pour des directeurs de centres qui l'ont intégré dans leur arsenal digital. À Niort, par exemple, les clients qui publiaient un « check-in » obtenaient un bonus S'Miles. Résultat : les usages ont été multipliés par quatre !

40 000

visiteurs uniques
en moyenne sur nos sites

2,9

millions de pages
vues sur nos sites

Les centres sur les réseaux sociaux

Comment imaginer une stratégie digitale sans Facebook ? Présents sur le réseau via des pages dédiées et administrées par les directeurs eux-mêmes, les centres jouent la carte de l'interaction et du dialogue avec leurs clients. Au quotidien, ils développent et animent une véritable communauté locale par des opérations Online de recrutements de « Fans ». Cette année, Facebook a été un formidable terrain d'expérimentations et d'échanges pour fidéliser toujours plus de clients et de prospects. Ce Web « Social » est une réelle opportunité pour les centres de créer des passerelles avec la vie digitale de leurs clients. Le premier défi était donc de concevoir des opérations animant à la fois leurs galeries et leurs pages « Fans ».

« Épatez la Galerie »

Pour augmenter la notoriété des centres, Marseille et Auxerre ont lancé sur Facebook l'opération « Épatez la Galerie ». Le principe est simple : les clients se photographient dans la galerie et invitent leurs amis à voter pour eux.

Devenus ainsi « ambassadeurs » de leur centre, ils mobilisent leurs propres réseaux et permettent d'exploiter au maximum les fonctionnalités virales de Facebook au profit de la notoriété locale des centres.



Commerçants et citoyens responsables

En créant des espaces de commerce et de vie respectueux de l'environnement et générateurs de lien social, les centres L'Esprit Voisin affirment leur statut d'acteur naturel du développement durable. Cet engagement se traduit au quotidien par une multitude d'initiatives et de projets responsables, au service des habitants de la région.



Des bilans carbone pour réduire son empreinte

Afin de mieux comprendre l'impact de ses émissions de gaz à effet de serre et d'en réduire les conséquences, Mercialis a réalisé en 2011 des bilans carbone sur trois centres commerciaux représentatifs de son parc afin de mener des actions correctives globalisées. Quatre chantiers en cours ont également été audités pour identifier

les sources de pollution et choisir les matériaux les plus performants. Cette démarche sera étendue aux nouveaux projets 2012.

Mais être un acteur responsable, c'est aussi préserver les ressources naturelles : cette année, plus de 30 centres ont suivi de près leur consommation d'eau et d'énergie, ainsi que leur production de déchets.



17 centres équipés de panneaux et d'ombrières photovoltaïques

Label V

Une reconnaissance nationale pour le Label « V »

Le Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC) a remis son trophée « Développement Durable » 2010 au centre Val Semnoz-Seynod à Annecy, un centre labellisé « Label V ». C'est toute la démarche développement durable de Mercialis qui reçoit ainsi la reconnaissance de la profession.

Le choix de l'énergie solaire

Mercialys s'est engagée depuis 2009 en faveur du développement des énergies renouvelables. En partenariat avec la société GreenYellow, spécialiste dans le domaine et filiale du Groupe Casino, les toitures des centres ont été équipées de centrales solaires et les parkings d'ombrières photovoltaïques qui récupèrent l'énergie solaire tout en protégeant les clients du soleil ou de la pluie. 11 nouveaux centres ont ainsi été équipés cette année. Le parc photovoltaïque global génère une production de plus de 24GWh, l'équivalent de la consommation de 5 333 familles.

Le Label « V », moteur de progrès durable

Avec le Label « V », une nouvelle dynamique vertueuse est en marche. Créé en 2010 par Mercialis, dans la lignée de L'Esprit Voisin, ce Label répond aux attentes sociétales et environnementales exprimées par les clients. Il récompense les centres exemplaires et innovants en matière de développement durable en se basant sur un référentiel d'une centaine de critères.

En 2011, suite à un audit réalisé par Ecocert Environnement, le comité de labellisation, présidé par Philippe Pelletier, avocat et président du Plan Bâtiment Grenelle, a attribué le Label « V » à deux nouveaux centres. La Caserne de Bonne à Grenoble s'est particulièrement distinguée par son intégration urbaine et le caractère innovant de sa halle bioclimatique. Valentine Grand Centre à Marseille a, quant à lui, été remarqué pour son boulodrome et sa centrale photovoltaïque.

Sensibiliser le grand public

La visibilité du Label « V » sur les centres, la création et diffusion d'un livret de bonnes pratiques et l'organisation du premier forum « Mes gestes verts » par 11 grands centres en 2011... Autant de moyens mis en place par Mercialis pour sensibiliser les clients aux enjeux du développement durable.

5 centres labellisés fin 2011



Pour en savoir plus, flashez ce QR code et découvrez la Caserne de Bonne en vidéo !





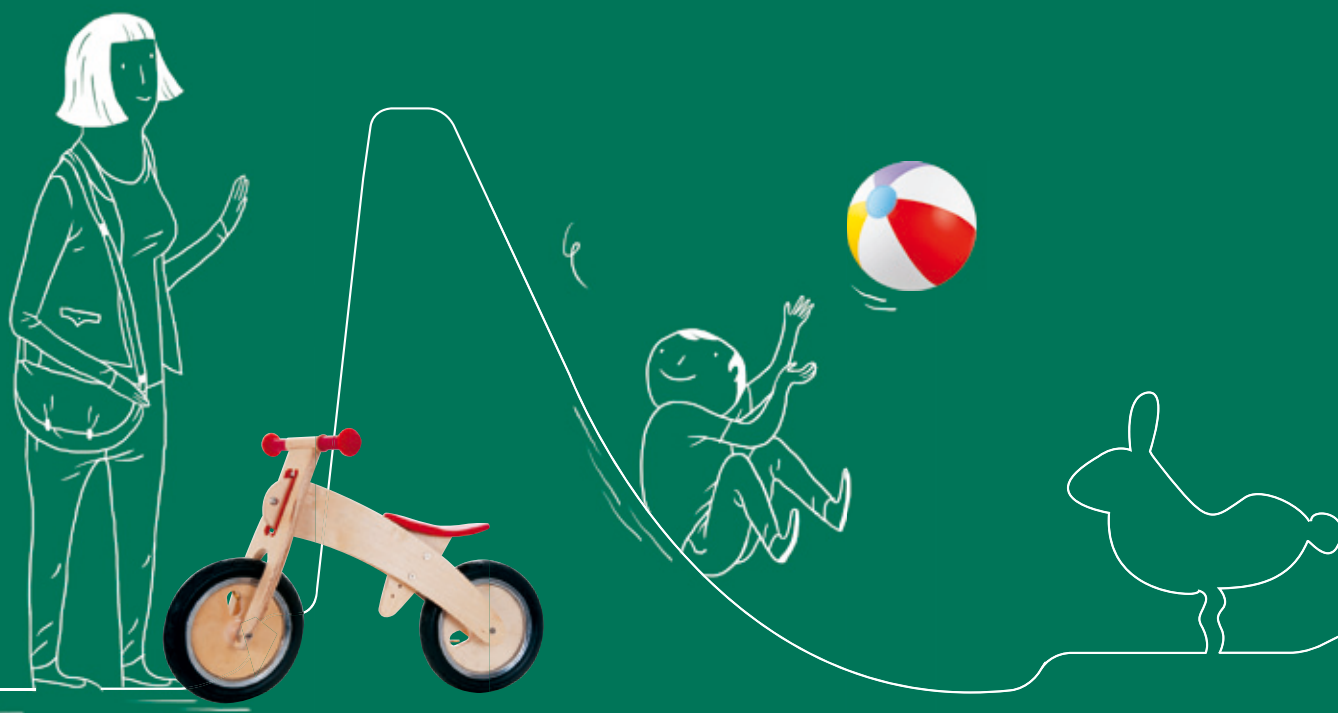
Une nouvelle vision du commerce

Pour Mercialis, le commerce de demain s'invente tous les jours avec L'Esprit Voisin. Au cœur de cette démarche innovante, il y a un savoir-faire unique conjugué à une écoute attentive des clients pour devancer sans cesse leurs attentes. Architecture, ambiances, services... Les idées sont infinies pour faire du lieu des courses, un nouvel espace de bien-être. Cette réussite s'illustre au travers de réalisations emblématiques qui ont ouvert leurs portes en 2011.



DES CENTRES EN AVANCE SUR LEUR TEMPS *****

Relevant le défi d'un entrepreneuriat responsable et novateur, Mercialys développe sans cesse de nouvelles activités et des partenariats ambitieux qui visent à répondre aux attentes des consommateurs. Avec l'Esprit Voisin, Mercialys observe et devance en permanence ces évolutions pour construire un modèle nouveau, où les exigences du client sont au cœur de ses préoccupations.



Valentine Grand Centre tisse une histoire commune avec les Marseillais



Plus qu'une restructuration, c'est une véritable « métamorphose » qu'a opérée Mercialys aux portes de Marseille. Premier centre commercial du Groupe Casino, inauguré en 1970, le site est également le 30^e à adopter L'Esprit Voisin. Ses 25 nouvelles enseignes lui confèrent le statut de centre commercial régional d'envergure. Une réussite pour Mercialys et un nouveau rendez-vous pour tous les Marseillais.





Un nouveau centre pour les Marseillais

Situé entre Aubagne et Marseille, le centre commercial Valentine Grand Centre, entièrement rénové par Mercialis, a enrichi son offre commerciale suite à son extension au mois d'août 2011. Le centre accueille désormais 65 enseignes de renom pour satisfaire toutes les envies.

Célébrer la culture locale

Conçu et construit en symbiose avec la culture et l'environnement méridional, Valentine Grand Centre a tout de suite conquis le cœur des Marseillais. Tout dans l'architecture évoque la Cité phocéenne, tant par les matériaux régionaux, comme l'ocre et la pierre sèche pour son portail et ses façades, que par son boulodrome et ses terrasses animées. Les visiteurs découvrent des allées de micoucouliers et de cyprès dessinant un itinéraire sensoriel ponctué d'espaces rendez-vous : aire de jeux pour les petits, espace détente... Séduits, les Marseillais lui ont d'ailleurs choisi le nom de « Valentine Grand Centre », en hommage au quartier historique de la Valentine où se trouve le centre commercial.

Près de **20 %**
de fréquentation en plus

Un boulodrome à
Valentine Grand Centre



“ Je viens retrouver ma copine Léa pour prendre un café.
On a plein de choses à se dire ! »

VANESSA H.
Cliente depuis 2010

En six ans,
la valeur du centre
a été multipliée par **6**

En hommage à la culture marseillaise, Valentine Grand Centre met à disposition de ses clients un boulodrome digne de ceux de la Canebière où s'organisent tout au long de l'année des tournois dans une ambiance de place de village. Une initiative plébiscitée par les clients qui en apprécient l'originalité et la convivialité.





Une boutique
de supporters



Plus de
400 000
clients supplémentaires
en quatre mois

“ On ressent une atmosphère
différente ici. On se sent
tranquille, à l'aise,
on en oublierait presque
le rythme de la ville ! »

DIDIER B.
Commerçant depuis 1992



“ Avec ses 25 nouvelles
boutiques, son architecture
et sa décoration à l'image
de la tradition régionale,
les visiteurs découvrent
un tout nouveau centre.
La Valentine Grand Centre
est désormais plus grand,
plus beau, plus vert et
plus « voisin ». »

BRUNO MOUTON
Directeur de Valentine Grand Centre

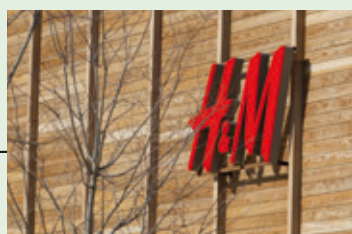
Rejoignant les célèbres enseignes sportives
Foot Locker et Sport 2000, la Boutique
de l'OM est la 5^e boutique officielle
en France à ouvrir ses portes pour
le bonheur des supporters Marseillais.



Une nouvelle destination shopping

Tendance, jeune ou plus classique, le choix est large à Valentine Grand Centre. Le projet a, en effet, su attirer de nombreuses enseignes de renom : H&M, Jules, San Marina, Minelli, Du Pareil au Même, Marionnaud ou encore IKKS Women, Banana Moon et Biz Bee... En tout, 25 nouvelles boutiques et deux moyennes surfaces spécialisées ont rejoint le centre agrandi.

De quoi satisfaire toutes les envies des Marseillais qui le confirment en venant toujours plus nombreux à Valentine Grand Centre. Ainsi, ils ont été plus de 900 000 au mois de décembre 2011.



7^e magasin H&M à Marseille, la griffe suédoise rejoint les 65 enseignes du centre.



Une aire de jeux pour s'amuser comme au parc.



Je retrouve ici toutes mes boutiques préférées ! »

ANNE D.
Clientèle depuis 1981

Douceur de vie à Valentine Grand Centre



Parmi les 65 enseignes présentes, de nombreuses terrasses extérieures accueillent les visiteurs à l'heure du déjeuner. Animées, ces terrasses ensoleillées permettent aux clients de faire une pause dans leur journée.



25
nouvelles
boutiques



130
emplois créés

L'installation photovoltaïque de Valentine Grande Centre est l'une des 10 plus importantes en France au regard de la puissance installée avec 1 269 panneaux placés sur la toiture et 7 296 sur le parking.



Pour en savoir plus, flashez ce QR code et découvrez la Valentine Grand Centre en vidéo !

Priorité à l'énergie solaire



“

Les allées de cyprès, les palmiers sur le parking... Moi j'apprécie ces petits clins d'œil à la région. »

KARIM T.
Client depuis 2008



8 000 tonnes de CO₂ évitées chaque année

Une énergie plus propre et plus économique

Le soleil est une source d'énergie incontournable, et surtout à Marseille où le soleil brille 234 jours par an. Grâce au système de panneaux photovoltaïques installés sur la toiture et le parking par GreenYellow, le centre produit aujourd'hui l'équivalent de la consommation annuelle de 600 foyers et évite chaque année l'émission de 8 000 tonnes de CO₂. Les ombrières sur le parking assurent également le confort des clients en les protégeant du soleil et de la pluie.

Grâce à ces installations en faveur de l'environnement et à son implication dans la vie locale, Valentine Grand Centre est le quatrième centre à recevoir le Label « V ».

L'esprit d'équipe du Groupe Casino

Le secret de la réussite du projet Valentine Grand Centre est d'avoir su mettre en commun les moyens et les expertises du Groupe Casino. Les filiales se sont mobilisées avec Mercialis, de Géant Casino, à Casino Cafétéria, en passant par la Maîtrise d'ouvrage Déléguée ou encore GreenYellow, avec pour objectif l'optimisation globale des surfaces du centre commercial.

La combinaison de l'ensemble de ces expertises a permis d'améliorer la rentabilité du projet Valentine Grand Centre.



Les approches du centre sont égayées par des cabanes à oiseaux colorées



920

places de parking couvertes d'ombrières photovoltaïques

Pour encourager de nouveaux modes de déplacement et accompagner ses clients dans leurs démarches en faveur de l'environnement, Valentine Grand Centre met à disposition des visiteurs des stations de recharge gratuites pour véhicules électriques et hybrides. Innovant et pratique, ce service témoigne de la volonté du centre de réduire son empreinte environnementale ainsi que celle de ses clients.



Après les courses, on s'arrête toujours à l'aire de jeux, c'est mon moment préféré ! »

MATHILDE A.
4 ans et demi



L'Esprit Voisin bat au cœur de...

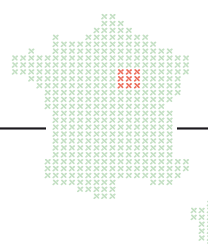
Uniques, chaleureuses et pleines de caractère, les 11 nouvelles réalisations signées Mercialis incarnent toutes à leur manière l'excellence de L'Esprit Voisin. Tour d'horizon des grands succès de l'année 2011.

Fontaines des Clairions à Auxerre



5 800 m²
créés

2
fois plus
de boutiques

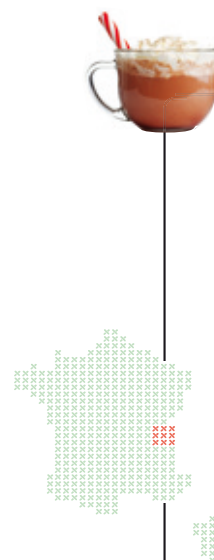


LA NOUVELLE DESTINATION SHOPPING À AUXERRE

Les Auxerrois ont découvert en novembre leur centre entièrement rénové, à la fois moderne et inspiré des traditions bourguignonnes et de ses maisons à colombages. En doublant son nombre de boutiques, Fontaines des Clairions devient une véritable destination shopping et conforte son statut de centre leader dans le département. Pour cela, il a su attirer de grandes enseignes, dont H&M qui s'implante pour la première fois dans l'Yonne. Six semaines après l'ouverture des portes, le résultat est là : 600 000 clients déjà conquis et des chiffres d'affaires supérieurs aux prévisions initiales.



Praz du Léman à Annemasse



4 500 m²
créés
20
nouvelles
enseignes



ENTRE LAC ET MONTAGNES

La Fnac a choisi le nouveau centre Praz du Léman pour inaugurer son premier magasin à Annemasse. Signe précurseur d'un succès commercial et populaire, Mercialis signe ici son premier partenariat avec l'enseigne leader sur le marché des produits culturels. Et d'emblée, le charme des lieux, inspiré de sa situation entre lac et montagnes, a opéré. Avec 35 boutiques au total, le centre propose une offre commerciale large qui répond aux besoins du quotidien. Plus de 700 000 visiteurs ont fréquenté le centre au cours des deux premiers mois d'ouverture et le chiffre d'affaires des commerçants existants a progressé de 11 % par rapport à novembre/décembre 2010.



Domaine Caladois

à Villefranche-sur-Saône

2 415 m²
créés

20
nouvelles
boutiques

AU MILIEU DES VIGNES

Le centre Domaine Caladois a connu une véritable transformation, passant d'une simple galerie marchande à un véritable centre commercial. Avec ses 20 nouvelles boutiques telles Christine Laure, Morgan, Darjeeling ou Tape à l'œil, le nouveau centre Domaine Caladois attire chaque jour 11 000 visiteurs depuis son ouverture. Converti à l'Esprit Voisin, il rend hommage à l'univers viticole grâce à son nom choisi par les clients, la succession de chais en bardage bois et sa vigne, support d'animations pédagogiques.



Promenades Océanes

aux Sables d'Olonne

5 800 m²
créés

25
nouvelles
boutiques

UN AIR DE BORD DE MER

Les Castelolonnais ont découvert 14 nouvelles boutiques dans leur centre commercial Promenades Océanes, avec l'arrivée d'enseignes telles que Tape à l'oeil, Franck Provost ou Subway qui s'implantent pour la première fois dans l'agglomération. L'Esprit Voisin a apporté le charme des promenades du bord de mer avec des matériaux locaux comme le bois, le pin maritime gemmé et le châtaignier. Une source d'inspiration pour les clients qui ont baptisé sans attendre leur nouveau centre « Promenades Océanes ».



Des partenariats créateurs de valeur

Au service de la réussite des centres, Mercialys partage avec ses partenaires extérieurs le savoir-faire de ses équipes en matière de revalorisation, de restructuration et d'extension des sites commerciaux.



La Rocade à Ajaccio

L'ESPRIT VOISIN SUR L'ÎLE DE BEAUTÉ

Qui dit L'Esprit Voisin dit aussi esprit de partage ! Particulièrement en Corse, où Mercialys a œuvré de pair avec son partenaire local Corin. Résultat : une extension qui vient renforcer un site déjà leader sur l'île, un nouvel espace qui accueille désormais 14 nouvelles enseignes. En tout, un espace shopping de 47 boutiques tout de suite adopté par les Ajacciens.



27 300 m²
restructurés

1 470 m²
créés



Porte Sud-Geispo à Strasbourg



3 000 m²
créés

20
nouvelles
boutiques

PARTENAIRE DE LA RECONQUÊTE

Mercialys s'est associée à l'Union des Coopérateurs d'Alsace (Coop d'Alsace), propriétaire de l'hypermarché E.Leclerc, pour donner un nouvel avenir au centre commercial Porte Sud-Geispo, situé au sud de Strasbourg.

Ce partenariat a permis à Mercialys de transformer la petite galerie de services en un véritable espace de vie animé et moderne. Vingt nouvelles enseignes nationales et régionales ont été séduites par le programme pour offrir aux Alsaciens une offre commerciale variée et dynamique.



L'art de la transformation



Huit centres rénovés en 2011

Dans le cadre du programme Alcudia, Mercialys dispose, en complément des projets d'extensions, d'un autre levier de revalorisation de son patrimoine. Ainsi, en 2011, ce sont huit centres commerciaux qui ont été rénovés selon L'Esprit Voisin. Pour chacun d'entre eux, les équipes se sont attachées à apporter le même soin pour créer un cadre de shopping moderne et agréable qui s'intègre dans son territoire. Ainsi, l'architecture du centre de Chartres s'inspire des orgues de la cathédrale, celui d'Albertville des chalets montagnards, celui d'Annonay de la tradition des montgolfières, celui d'Épinal de son imagerie, ou encore celui de Villeneuve-Loubet des galets et de la plage... Plus séduisants, ces centres rénovés retiennent et fidélisent leurs clients.



Des restructurations pour de nouvelles boutiques

Pour renforcer en permanence l'attractivité de l'offre de ses centres commerciaux, Mercialys réalise des restructurations pour enrichir sa gamme commerciale. Ainsi, les équipes sont amenées à transformer en boutiques des m² récupérés sur la surface de vente ou de réserve de certains hypermarchés Géant Casino.

À Cap Costières, à Nîmes, cette opération a permis notamment à G-Star, Guess, et Tally Weijl de rejoindre les enseignes déjà présentes dans le centre, et à H&M de s'agrandir sur une surface de 1 400 m².

Espace Anjou, à Angers, a renforcé son statut de plus grand centre de la région avec ses 90 boutiques en accueillant H&M sur les 1 680 m² de surface transformée de l'hypermarché. JC Aubry Shopping Professionnal, Swarovski et Kiko s'implantent aussi pour la première fois dans la région.

À Montauban, c'est l'enseigne Armand Thierry Femme et Homme qui s'est installée sur plus de 650 m² restructurés. Une restructuration qui permet aux clients de patienter avant l'ouverture des 17 nouvelles boutiques prévues pour la rentrée 2012.



Brive Malemort adoptera L'Esprit Voisin

Fin 2011, c'est une nouvelle acquisition que Mercialys réalise avec le centre Brive Malemort qui se verra transformé selon L'Esprit Voisin. Avec 34 boutiques et trois moyennes surfaces, c'est l'un des deux principaux centres de la Corrèze.



L'esprit entrepreneurial



Entrepreneur dans l'âme, Mercialys encourage les initiatives innovantes, parfois audacieuses, de ses équipes avec pour objectif d'apporter toujours plus à ses clients et de satisfaire au mieux leurs attentes. Développer de nouvelles activités génératrices de trafic dans les centres, saisir des opportunités nouvelles, s'adapter en permanence, relever de nouveaux défis, cela fait partie intégrante de son ADN de commerçant. Mercialys est donc parfois là où on ne l'attend pas, développant avec opportunisme des activités créatrices de valeur bien au-delà de son cœur de métier.



Le développement des énergies renouvelables

Dès 2009, Mercialys s'est engagé en faveur du développement des énergies renouvelables avec l'installation de centrales solaires sur les toitures de ses centres et d'ombrières photovoltaïques sur les parkings. Pour aller plus loin, Mercialys a choisi de devenir actionnaire de la société GreenYellow, spécialiste de l'installation de centrales photovoltaïques sur toitures, créée par le Groupe Casino.



greenyellow

Les deux sociétés déploient ensemble des unités photovoltaïques sur les centres commerciaux de Mercialys. À ce jour, 17 centres en sont déjà équipés, avec notamment des réalisations spectaculaires sur l'île de la Réunion et à Valentine Grand Centre à Marseille.

Une équipe dédiée au service du *Specialty Leasing*

A l'écoute des tendances, Mercialys a renforcé ses équipes pour développer son activité de *Specialty leasing* qui consiste à mettre à disposition de commerçants ou de marques, des emplacements dans les *malls* des centres, le temps d'un événement, d'une promotion ou du lancement d'un nouveau produit. Cette forme de commerce éphémère permet d'animer la vie du centre, de compléter et renouveler régulièrement son offre commerciale pour la plus grande satisfaction des clients. Grâce à une approche professionnalisée et industrialisée, l'activité a connu une très forte croissance des loyers facturés de +28% en 2010 et +15% en 2011 pour atteindre un montant de près de 4 millions d'euros de loyers facturés en 2011.



La création d'un partenariat avec Union Investment au travers d'un OPCI

En 2011, Mercialys a noué un partenariat avec Union Investment, un gérant de fonds allemand très actif sur le marché de l'immobilier qui souhaitait se développer en France dans le secteur de l'immobilier de commerce. Union Investment a choisi de faire appel à l'expertise de Mercialys pour l'aider dans cette démarche. Ensemble, les deux sociétés ont créé un fonds commun d'actifs commerciaux (OPCI) destiné à accueillir des actifs commerciaux matures. Au sein de l'OPCI, détenu à 80% par Union Investment et 20% par Mercialys, la foncière apporte son savoir-faire en matière d'*asset management*, de commercialisation et de *sourcing*.

L'OPCI a d'ores et déjà réalisé une première acquisition en 2011 d'un ensemble commercial situé à Bordeaux-Pessac, pour un montant d'environ 80 millions d'euros. Le fonds, qui accueillera d'autres actifs matures, permettra à Mercialys de générer des revenus additionnels liés notamment aux prestations de service fournies à l'OPCI et aux dividendes perçus.



2006-2011 : les années Alcudia



Depuis sa création, Mercialys a développé de puissants moteurs de croissance qui lui ont permis de générer une performance soutenue et de devenir un acteur majeur de son secteur. Son résultat des opérations a enregistré une croissance annuelle moyenne de 9% et ses revenus locatifs ont connu en moyenne annuelle une progression variant entre 13 à 14%.



66 500 m²
de galeries marchandes créés



+9%

de croissance annuelle moyenne
du résultat des opérations

23,2
millions d'euros
de loyers créés



37
centres
L'Esprit Voisin
à fin 2011

242
millions d'actifs cédés

286 000 m²
de surfaces de galeries traitées
à L'Esprit Voisin



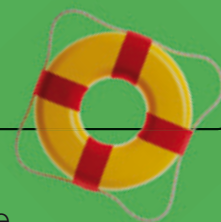
Depuis 2006, Mercialys a su mettre en œuvre de puissants leviers de croissance. Programme exhaustif et ambitieux de transformation, de modernisation et de massification de ses centres commerciaux, la démarche Alcudia/L'Esprit Voisin a métamorphosé 37 sites.

Dans le même temps, les équipes ont mené avec pragmatisme et rigueur un programme de rationalisation du portefeuille de Mercialys, lui permettant de se concentrer sur les actifs à fort potentiel.

C'est également durant ces premières années que L'Esprit Voisin est né et s'est imposé comme la marque de fabrique de Mercialys. Véritable point de différenciation dans son milieu professionnel, L'Esprit Voisin place le client au cœur de toutes ses actions.

Des centres modernes, séduisants, plébiscités par les clients et les enseignes témoignent du succès de cette première phase stratégique des « années Alcudia ».

Cap sur la « Foncière Commerçante »



2012 est une année charnière pour Mercialys qui opère un virage dans son positionnement avec le développement de sa stratégie de « Foncière Commerçante ». Fort du bilan de ses six premières années, elle entend aller plus loin dans sa vision du commerce en dépassant le statut de simple bailleur pour devenir un commerçant multicanal et hyperlocal.

Ce nouveau cap pérennise et renforce le positionnement initié avec L'Esprit Voisin. Les centres continueront de se distinguer pour accroître leur visibilité et leurs actions sur le Web. L'Esprit Voisin, philosophie différenciante déjà affirmée, se verra prolongée par la démarche de la « Foncière Commerçante ».

Mercialys ambitionne par ailleurs de devenir le partenaire de référence auprès de ses locataires par le développement d'outils puissants, pour renforcer l'attractivité des centres et stimuler la demande. En pensant et en agissant comme un commerçant aux côtés des enseignes, elle prépare un bouquet de nouveaux services et e-services pour le centre et ses commerçants partenaires. Grâce à des outils marketing adaptés, la direction du centre accompagnera les commerçants pour développer la fréquentation de leurs commerces et augmenter leurs chiffres d'affaires.

Pour répondre aux attentes non satisfaites des clients, Mercialys prévoit également d'enrichir sa gamme de services et de produits en prolongeant son offre dans les domaines de l'e-commerce, des services du quotidien et des concepts de commerce innovants.



Pour mener à bien cette stratégie, Mercialys va accélérer le rythme des projets « Alcudia/L'Esprit Voisin » engagés, avec pour objectif de traiter 95 % de son patrimoine d'ici fin 2014. Dans le même temps, les équipes continueront à céder les actifs non adaptés au déploiement des nouveaux axes stratégiques. Ainsi, le patrimoine sera réduit de moitié en se concentrant sur 60 à 70 actifs ciblés dont la taille, l'envergure et le positionnement vont permettre le développement de la « Foncière Commerçante ».

Avec la « Foncière Commerçante », Mercialys met toutes ses ressources à contribution pour créer de nouvelles opportunités de croissance. Cette stratégie prolonge la démarche de L'Esprit Voisin pour être toujours au plus près des attentes de ses commerçants partenaires et de ses clients finaux.



Ils adopteront eux aussi L'Esprit Voisin en 2012...

Plus de

50%

du parc commercial Mercialis aura adopté L'Esprit Voisin en fin d'année 2012, soit plus de 425 000 m² valorisés et rénovés.

Porté par les excellents résultats observés pour ses premières réalisations, le programme Alcudia s'intensifie encore en 2012 avec la mise en œuvre de 13 projets d'extension, parmi lesquels des sites aussi emblématiques que Quimper, Fréjus, Pessac et Istres. Quatorze autres centres feront l'objet d'une rénovation. Ainsi, 2012 sera l'année de tous les records.



Pessac (33)



Quimper (29)



Agen Boe (47)



Fréjus (83)



Rodez (12)



Istres (13)



Narbonne (11)



Montauban (82)

Pour en savoir plus
sur L'Esprit Voisin
www.lespritvoisin.fr

Conception et réalisation : **Agence Aristophane**⁽⁵⁾
Rédaction : **Séverine Grumiaux, Romain Conty**
Crédit photos : **Kai Jünemann, Charlotte Herman, Alexis Frespuech,**
Christophe Bertolin, société Hivision, Eric de Cruz, Yellow flag,
atelier Madelon, Anne Van der Stegen
Illustration : **Quentin Vijoux**



10, rue Cimarosa - 75016 Paris
Tél. : +33 01 53 70 23 20
E-mail : contact@mercialys.com
WWW.MERCIALYS.COM

