





Notre Groupe



Notre profil

- 02 Panorama 2012
- 06 La Gouvernance
- 08 Ça s'est passé en 2012
- 10 Les chiffres clés



Nos valeurs

L'Esprit Voisin

- 14 Une autre façon de faire vivre le centre commercial
- 18 Mercialys, ses commerçants, ses clients, tous dans un même écosystème digital
- 22 À Quimper, L'Esprit Voisin anime la rive de l'Odéon
- 28 Istres, Fréjus, Bordeaux Pessac, Rodez, Montauban, Agen Boé, Narbonne
- 33 Ils adoptent aussi L'Esprit Voisin

Notre ambition

La Foncière Commerçante

- 36 Toujours plus proche, toujours plus efficace
- 38 Agence d'ici, le « sur mesure » et la proximité en action
- 42 Une expertise au service d'idées novatrices
- 44 La valorisation d'un savoir-faire





Notre profil

Mercialys est une société foncière, l'une des principales en France et en Europe, spécialisée dans la valorisation, la transformation et l'animation de centres commerciaux. Elle développe cette expertise depuis 2005, année de sa création par Casino, qui reste son partenaire clé.

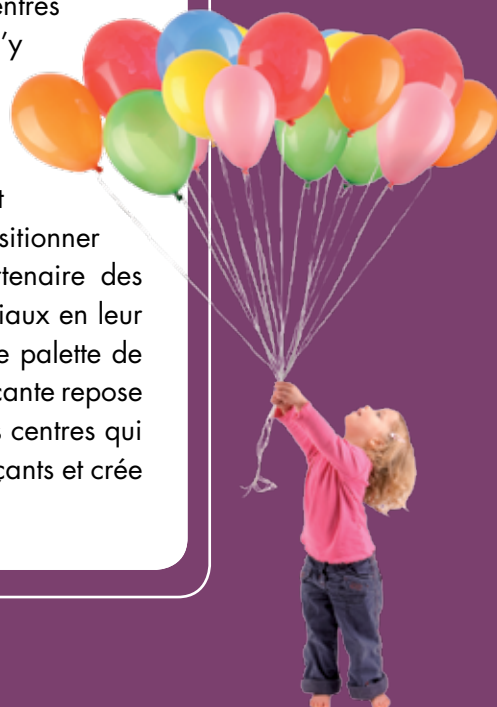
Une foncière cotée spécialiste de l'immobilier de commerce

À fin 2012, Mercialys détient une centaine d'actifs dont 70 centres commerciaux pour une valeur de 2,6 milliards d'euros. Bénéficiant du régime des sociétés d'investissements immobiliers cotées (SIIC), elle est cotée depuis octobre 2005 sur le compartiment A d'Euronext Paris sous le symbole MERY et a fait son entrée au SBF 120 en décembre 2009.

De L'Esprit Voisin à la Foncière Commerçante

Depuis 2006, Mercialys a engagé un ambitieux programme de rénovation et de restructuration de ses centres commerciaux, le programme Alcudia, développé selon L'Esprit Voisin. Véritable marque de fabrique de la société, L'Esprit Voisin est une façon différente de concevoir et d'animer les centres commerciaux pour que les clients et les commerçants s'y sentent vraiment chez eux.

En 2012, Mercialys a franchi une nouvelle étape dans cette stratégie de différenciation en lançant une démarche unique et innovante fondée sur le concept de Foncière Commerçante. Mercialys entend se positionner non plus en simple bailleur, mais en véritable partenaire des commerçants visant à favoriser leurs succès commerciaux en leur apportant sa connaissance du tissu local et une large palette de services adaptés à leurs besoins. La Foncière Commerçante repose également sur une offre commerciale élargie dans les centres qui renforce leur attractivité, stimule l'activité des commerçants et crée de nouveaux relais de croissance pour Mercialys.



8 nouvelles réalisations
inaugurées en 2012

7 rénovations supplémentaire
au concept L'Esprit Voisin

Objectifs tenus

2012 confirme les atouts de Mercialys



2012 est une année charnière dans l'histoire de Mercialys. En février 2012, la Société a annoncé le lancement d'une nouvelle phase stratégique fondée sur une nouvelle vision du rôle du bailleur de centres commerciaux, que Mercialys a dénommée la Foncière Commerçante.

Pour accompagner cette stratégie, des transformations majeures ont été apportées dans la structure financière et actionnariale de la Société dans le courant de l'année.

Ce faisant, l'activité opérationnelle s'est poursuivie à un rythme soutenu et la société affiche encore une fois une excellente performance opérationnelle et financière, démontrant à nouveau la pertinence et la solidité de son *business model*.



**Une année très active,
des résultats solides.**

**2012 démontre à nouveau
la résistance et le potentiel
du modèle économique
de Mercialys.**



La croissance organique continue d'être l'un des grands moteurs de croissance pour Mercialys. L'Esprit Voisin la renforce et la stimule. La Foncière Commercante lui ouvre de nouvelles perspectives.

117 nouveaux commerces
68 000 m² créés, restructurés ou rénovés en 2012

+ 8,2 millions d'euros de loyers en base annuelle



Les revenus locatifs 2012 ont été fortement soutenus par la croissance organique et par les livraisons de projets L'Esprit Voisin.

La croissance organique : toujours un des grands leviers de la croissance

La croissance organique des loyers facturés est restée solide en 2012 à + 4,3 % grâce aux actions menées pour augmenter les valeurs locatives moyennes du portefeuille et développer l'activité de specialty leasing. Optimiser la valeur des baux en portefeuille est un objectif permanent pour les équipes de Mercialys au travers des recommercialisations, renouvellements de baux et locations temporaires sur des emplacements de malls.

L'activité de commercialisation est ainsi restée très dynamique en 2012 avec 274 baux signés.

Un positionnement porteur : L'Esprit Voisin continue d'alimenter la croissance du portefeuille

L'activité des centres commerciaux a montré une bonne résistance en 2012 dans une conjoncture morose. Mercialys a bénéficié de son positionnement axé sur les centres de proximité - qui ont le mieux résisté au sein du secteur - et

porté par L'Esprit Voisin. Avec une croissance du chiffre d'affaires des commerçants de ses grands centres de + 1,5 % en 2012 par rapport à 2011, Mercialys enregistre une bonne performance.

Mercialys a développé depuis 2006 un programme très ambitieux, unique dans sa dimension et fortement créateur de valeur : le programme Alcudia/ L'Esprit Voisin.

L'Esprit Voisin est l'ADN de Mercialys, fondé sur une culture de proximité visant à accentuer la différenciation et enrichir l'offre des centres commerciaux. Cette démarche à la fois architecturale, marketing et commerciale, résolument tournée vers le client et la satisfaction de ses attentes, renforce la dynamique, l'aménité et l'attractivité des centres.

En 2012, l'activité a continué à être portée par les livraisons de projets L'Esprit Voisin. Après les 18 projets livrés en 2010 et 2011, ce sont 8 nouveaux projets qui ont été inaugurés au cours de l'année à Fréjus, Quimper, Istres, Rodez, Agen, Narbonne, Montauban et Bordeaux-Pessac.

Une croissance du résultat des opérations (FFO) retraité de + 9,9 %, supérieure à l'objectif

Le résultat des opérations* (ou FFO) est l'indicateur de performance que s'est fixé Mercialys.

En février 2012, Mercialys avait un objectif de croissance du résultat des opérations (FFO) retraité** par action pour l'exercice 2012 compris entre + 6 % et + 8 % par rapport à 2011.

Grâce notamment à ses performances opérationnelles et à une bonne maîtrise de sa structure de coûts, Mercialys a surperformé cet objectif et atteint une croissance de + 9,9 % de son résultat des opérations retraité par action.

* Résultat net part du Groupe hors amortissements et plus-values de cession et hors contribution additionnelle à l'IS de 3 %.

** Retraité des effets liés aux cessions 2011 et 2012, à la marge de promotion immobilière nette d'impôt et à structure de financement comparable.



Des réalisations majeures : tout ce qui avait été annoncé en février 2012 a été mis en œuvre

En février 2012, Mercialys avait annoncé le lancement d'une nouvelle phase stratégique et s'était fixé des objectifs ambitieux pour 2012 :

- Lancer la Foncière Commerçante,
- Recentrer le portefeuille sur les actifs présentant un positionnement et une envergure adaptés au développement de la stratégie de Foncière Commerçante,
- Normaliser la structure financière de la société,
- Réaliser une distribution exceptionnelle aux actionnaires,
- Adapter la gouvernance à l'évolution de la structure actionnariale.

La Foncière Commerçante, une nouvelle vision du métier pour renforcer la dynamique des centres



Dans la droite ligne de la stratégie développée au cours des six dernières années avec L'Esprit Voisin, Mercialys a annoncé en février 2012 le lancement d'un nouveau plan stratégique autour du concept de la Foncière Commerçante, une vision nouvelle du métier de foncière.

Avec la Foncière Commerçante, Mercialys dépasse le statut de simple bailleur pour celui de « commerçant » multicanal hyperlocal. Elle devient un partenaire capable de proposer à ses locataires des outils marketing puissants et ciblés pour renforcer l'attractivité des centres et stimuler la demande. Elle s'implique aux côtés des enseignes et des commerçants indépendants dans leur intégration locale afin de favoriser leurs succès commerciaux.

La conception et la mise en œuvre des nouveaux outils de communication sont assurées par une structure créée à cet effet en 2012, Agence d'ici et une équipe dédiée. Dans les centres, un directeur commercial, véritable expert en marketing, se consacre exclusivement à l'animation et aux actions de communication dans le cadre de la Foncière Commerçante, tout en s'appuyant sur le *property manager* pour l'exploitation.

Huit premiers sites pilotes de la Foncière Commerçante ont été lancés au second semestre 2012 et neuf centres supplémentaires suivront en 2013. Un bouquet de 50 services a été conçu et proposé aux enseignes.

Pour accentuer sa différenciation, en parallèle, l'ambition de la Foncière Commerçante est d'enrichir l'offre des centres afin de répondre aux attentes non satisfaites des clients, et ce notamment par le biais de partenariats.

472
millions d'euros
de cessions
actées ou sous offre ferme

47
actifs cédés
en 2012 ou devant être
cédés au 1^{er} semestre 2013



Mercialys recentre son portefeuille d'actifs

La transformation de Mercialys en Foncière Commerçante induit un recentrage du portefeuille sur les actifs les mieux adaptés à ce nouveau concept. Mercialys a donc mis en œuvre en 2012 un plan de cession d'actifs d'un montant exceptionnel de l'ordre de 500 millions d'euros. Les cessions portent sur des actifs arrivés à maturité ou n'offrant pas le potentiel nécessaire pour développer des extensions Alcudia /L'Esprit Voisin et/ou les nouvelles activités de la Foncière Commerçante. Au final, les actifs cédés en 2012 ou devant être cédés au premier semestre 2013 sont au nombre de 47, dont 22 centres commerciaux, 1 extension cédée en VEFA (Bordeaux-Pessac) et 24 lots isolés (galeries de services, cafétérias, bureaux), pour un prix total de cession de 472 millions d'euros acte en main, supérieur aux valeurs d'expertises.

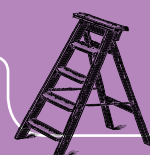
À l'issue de ce programme d'arbitrage, le portefeuille de Mercialys sera composé d'actifs moins nombreux, mais de taille moyenne plus importante offrant un potentiel de création de valeur et adaptés au déploiement de la stratégie de la Foncière Commerçante.

Une structure financière normalisée qui préserve la solidité du bilan

Comme annoncé en février 2012, la mise en œuvre du nouveau plan stratégique s'est accompagnée d'une normalisation de la structure financière de Mercialys en ligne avec celle des autres grandes foncières françaises de la place.

Cela s'est traduit par la mise en place de financements en 2012 pour un montant total de 1,25 milliard d'euros comprenant une dette obligataire tirée de 650 millions d'euros, une dette bancaire de 350 millions d'euros et des lignes de dette disponible non tirées de 250 millions d'euros.

La nouvelle structure financière de Mercialys préserve la solidité du bilan et permet d'optimiser le rendement offert par la mise en place d'un effet de levier raisonnable. Au 31 décembre 2012, le ratio de *Loan to Value* (LTV) de Mercialys s'affichait à 33,3 %.



Une distribution exceptionnelle d'un milliard d'euros

Mercialys a réalisé en 2012 une distribution exceptionnelle de 10,87 euros par action d'une ampleur sans précédent dans le secteur, rapportée à la taille de Mercialys.

Afin de marquer le succès de sa première phase de développement et le lancement de sa nouvelle stratégie, Mercialys a souhaité restituer aux actionnaires leurs apports initiaux. Ce sont ainsi 1 milliard d'euros qui ont été versés (en plus du dividende courant 2011) au premier semestre 2012, soit une distribution exceptionnelle de 10,87 euros par action incluant principalement un remboursement de prime d'apport.

Cette distribution devrait être complétée par une seconde distribution exceptionnelle, sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires, à l'issue du programme de cession conduit en 2012 et au premier semestre 2013.

Mise en place d'une nouvelle gouvernance

Enfin, 2012 a été une année de profondes modifications de la gouvernance visant à accompagner l'évolution de l'actionnariat de Mercialys. Casino avait annoncé vouloir réduire sa participation dans Mercialys, ce qui a été fait courant 2012 avec une participation ramenée à 40,2 % des droits de vote. À l'issue de ce processus, Casino tout en restant un partenaire stratégique de premier plan pour Mercialys, ne dispose plus de la majorité au Conseil d'Administration de Mercialys.

Deux nouvelles administratrices indépendantes ont été nommées au Conseil d'Administration qui se compose maintenant de 6 administrateurs indépendants et 4 administrateurs représentant le Groupe Casino.

La présidence du Conseil d'administration et celle des comités techniques sont désormais assurées par des administrateurs indépendants.

Enfin, les principales conventions liant Mercialys et Casino ont été revues en 2012 pour tenir compte de l'évolution de la structure actionnariale. Une nouvelle Convention de Partenariat a été signée. Elle préserve les grands équilibres de la Convention d'origine aux mêmes conditions financières et permet à Mercialys de nourrir sa croissance à des conditions attractives et sans risque de promotion.

À l'issue de ce processus mené tambour battant dans un temps record, Mercialys se recentre sur un portefeuille d'actifs solides, renforce son potentiel de création de valeur et pose les bases de son *business model* futur.



Pour l'avenir, la croissance de Mercialys s'organise autour de trois pôles

- Son cœur de métier de foncière qui vise à créer de la valeur sur son portefeuille au travers de l'extraction du potentiel de réversion et des développements Alcudia / L'Esprit Voisin. Dans le même temps, Mercialys poursuivra sa stratégie d'arbitrage sur les actifs matures non adaptés à la stratégie de la Foncière Commerçante.
- Le développement de partenariats en prenant des participations minoritaires dans des fonds d'actifs matures, dont Mercialys pourra être l'opérateur. Ainsi Mercialys pourra développer son savoir-faire et bénéficier de revenus complémentaires et d'optimiser le rendement de ses fonds propres investis améliorés par les honoraires perçus et l'effet de levier mis en place dans les fonds qui s'ajoute à celui de Mercialys.
- L'activité de la Foncière Commerçante : il s'agit de tirer parti du positionnement hyperlocal de Mercialys pour accompagner les locataires dans le développement de leur activité et de compléter l'offre de nos centres en développant de nouvelles activités commerciales en propre ou avec un partenaire.

Les perspectives pour l'année 2013

L'année 2013 sera marquée à la fois par une croissance organique qui devrait rester soutenue, une performance opérationnelle toujours élevée, la poursuite de la mise en œuvre de programmes Alcudia/L'Esprit Voisin et le déploiement de la Foncière Commerçante avec 17 centres qui devraient être déployés fin 2013. À cela s'ajoutera le développement d'activités de gestion pour compte de tiers qui constitue une des nouvelles sources de revenus additionnels pour la Société.

Mercialys souhaite continuer à déployer sa stratégie avec le même souci d'excellence que celui qui a animé ses équipes jusqu'à présent, en exerçant son métier de développeur de potentiel avec rigueur, pugnacité et volontarisme, mais aussi habité par une formidable envie d'entreprendre de nouveaux projets.



La Gouvernance

L'équipe de direction



VINCENT REBILLARD
Directeur Général Délégué



LAHLOU KHÉLIFI
Directeur Général



THIERRY AOUIZERATE
Directeur Général Adjoint



NICOLAS FAIVRE
Directeur de la Valorisation



MARIE-FLORE BACHELIER
Directeur Administratif
et Financier



BRUNO DUGAS
Directeur Exploitation



JULIEN ROUSSEL
Directeur Commercial



ALEXANDRE BARILLET
Directeur Business Développement



Le Conseil d'Administration



Eric Le Gentil*

Président du Conseil d'Administration de Mercialys
Directeur Général de Generali France Assurances

Elisabeth Cunin-Dieterlé*

Président Directeur Général de Fast Retailing France

Marie-Christine Levet*

Directrice Associée de Jaina Capital

Bernard Bouloc*

Professeur agrégé de Droit privé

Jacques Dumas

Directeur Général Adjoint de la société Foncière Euris

Philippe Moati*

Professeur à l'Université Paris VII et Coprésident de l'Observatoire Société et Consommation - L'Obsoco

Michel Savart

Président-Directeur Général de la société Foncière Euris

Pierre Vaquier*

Directeur Général d'AXA REIM

Casino Guichard Perrachon

représenté par Antoine Giscard d'Estaing, Directeur Financier du Groupe Casino

La Société Forézienne de Participations

représentée par Yves Desjacques, Directeur des Ressources Humaines du Groupe Casino

Le Comité des nominations et des rémunérations

Bernard Bouloc*

Président du Comité
Professeur agrégé de Droit privé

Yves Desjacques

Directeur des Ressources Humaines du Groupe Casino

Éric Le Gentil*

Directeur Général de Generali France Assurances

Philippe Moati*

Professeur à l'Université Paris VII et Coprésident de l'Observatoire Société et Consommation - L'Obsoco

Michel Savart

Représentant de l'actionnaire de référence
Directeur Général de la société Foncière Euris

Le Comité d'audit

Elisabeth Cunin-Dieterlé*

Présidente du Comité
Président Directeur Général de Fast Retailing France

Bernard Bouloc*

Professeur agrégé de Droit privé

Jacques Dumas

Représentant de l'actionnaire de référence
Directeur Général Adjoint de la société Foncière Euris

Pierre Vaquier*

Président-Directeur Général d'AXA REIM

Le Comité des investissements



Pierre Vaquier*

Président du Comité
Président-Directeur Général d'AXA REIM

Marie-Christine Levet*

Directrice Associée de Jaina Capital

Antoine Giscard d'Estaing

Représentant de l'actionnaire de référence
Directeur Financier du Groupe Casino

Eric Le Gentil*

Directeur Général de Generali France Assurances

Michel Savart

Directeur Général de la société Foncière Euris



* Membre indépendant

Ça s'est passé en 2012

- Janvier -

À Agen Boé, les 660 m² de surfaces acquises auprès de l'hypermarché attenant permettent d'accueillir une enseigne de restauration.



- Février -

3 février 2 nouveaux centres reçoivent le Label « V », Annemasse et Nîmes, portant à 7 le nombre de centres labellisés.

9 février Mercialys engage une nouvelle phase dans sa stratégie de développement avec la Foncière Commercante.

23 février Un accord de financement est signé avec 5 banques pour un montant de 1,2 milliard d'euros.

- Mars -

8 mars Standard & Poor's publie la première notation de la société : Mercialys bénéficie d'une notation BBB avec une perspective stable, confortablement « Investment Grade ».

16 mars Mercialys réalise avec succès le placement de sa première émission obligataire pour un montant de 650 millions d'euros.

- Avril -

20 avril Pour marquer l'achèvement de sa première phase stratégique, Mercialys réalise une distribution exceptionnelle de 1 milliard d'euros à ses actionnaires, soit une distribution exceptionnelle de 10,87 euros par action.



- Mai -

4 mai Le Groupe Casino cède 9,8 % du capital de Mercialys, portant sa participation à 40,2 % dans la société.

16 mai L'extension du centre La Porte de Rodez à Rodez ouvre avec 7 nouvelles boutiques sur 1 200 m².

23 mai L'extension du centre Glann Odet à Quimper est lancée, 20 nouvelles boutiques enrichissent l'offre du centre agrandi de 5 200 m².

- Juin -

6 juin Mercialys adapte sa gouvernance avec la nomination de 2 nouveaux administrateurs indépendants, Elisabeth Cunin-Dieterle et Marie-Christine Levet.

13 et 14 juin Mercialys participe au SIEC à Paris.

14 juin À l'occasion du SIEC, le centre La Caserne de Bonne à Grenoble reçoit le Trophée CNCC de la meilleure démarche Développement Durable création 2011.

26 juin Une nouvelle Convention de Partenariat ainsi qu'une nouvelle Convention de compte courant avec Casino sont approuvées.

6 juin L'extension du centre Allée des Hirondelles ouvre à Fréjus.



- Octobre -

8 sites pilotes de la Foncière Commercante sont déployés, marquant le lancement d'Agence d'ici.

3 octobre Narbonne accueille l'enseigne H&M installée sur une surface acquise auprès de l'hypermarché attenant.

15 octobre Un acompte sur dividende de 0,25 euro par action est distribué aux actionnaires.

16 octobre Le 5^{ème} Comité Label « V » labélise deux nouveaux centres, Fontaines des Clairions à Auxerre et Glann Odet à Quimper. Au total, 9 centres sont labellisés.

- Août -

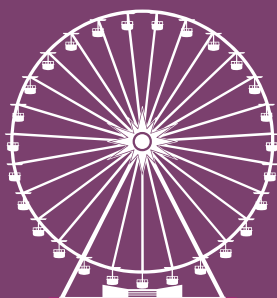
2 portefeuilles d'actifs non adaptés à la nouvelle stratégie de la Foncière Commercante sont cédés.



- Septembre -

15 septembre L'extension du centre Albasud ouvre à Montauban.

21 septembre Mercialys organise la Fête des Voisins et invite ses enseignes partenaires à fêter Les Jeux des Voisins.



- Novembre -

14 au 16 novembre Au MAPIC, Mercialys lance la commercialisation du centre de Toulouse Fenouillet.

21 novembre L'extension du centre Les Pins des Cognets ouvre à Istres avec 17 nouvelles boutiques sur 2 000 m².

28 novembre Mercialys livre l'extension du centre Bois de Bersol à Bordeaux Pessac, qu'elle a cédé en VEFA à un fonds immobilier créé entre Mercialys et Union Investment.



Les chiffres clés

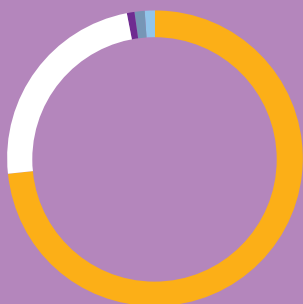
2 561 M€

Valeur d'expertise totale
(droits inclus)



Répartition du portefeuille

(en % de la valeur d'expertise,
droits inclus, au 31/12/2012)



73 %

Grands centres régionaux
et commerciaux (31 sites)

24 %

Centres locaux
de proximité (39 sites)

1 %

Actifs en développement

1 %

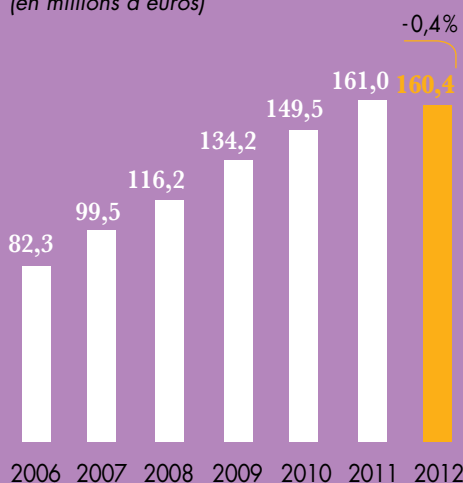
Autres (24 sites)

1 %

Cafétérias indépendantes
(11 sites)

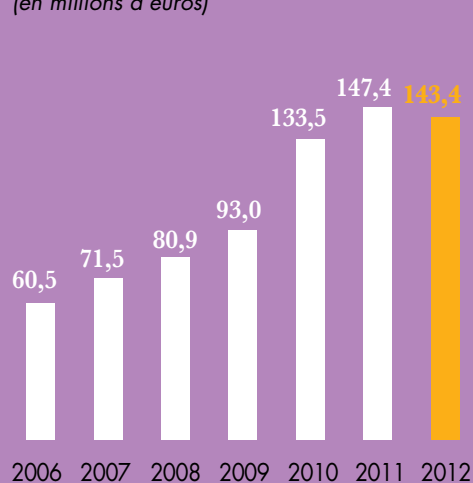
Revenus locatifs

(en millions d'euros)



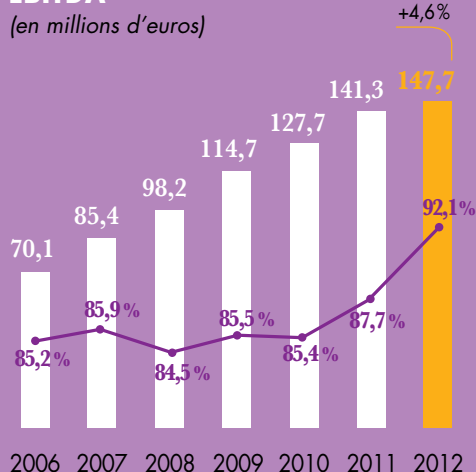
Résultat net part du groupe

(en millions d'euros)



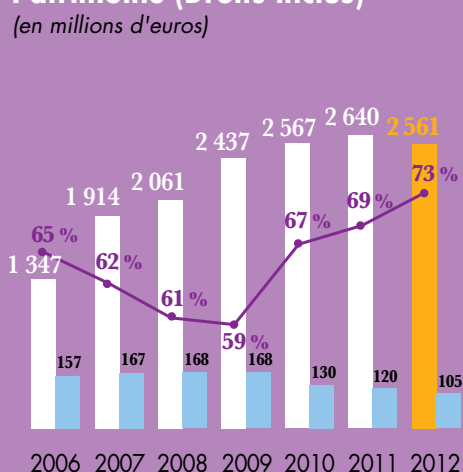
EBITDA

(en millions d'euros)



Patrimoine (Droits inclus)

(en millions d'euros)



Résultat des opérations
(FFO) retraité* par
action, totalement dilué

+ 9,9 %

* Résultat net part du Groupe hors amortissement, plus-values de cession et contribution additionnelle à l'IS de 3%, retraité des loyers des actifs cédés en 2011 et 2012 et à structure financière comparable. Hors marge de promotion PESSAC (nette d'impôt) et frais exceptionnels liés à la restructuration financière et actionnariale.

■ Patrimoine en millions d'euros

■ Nombre total d'actifs

◆ Part de grands centres régionaux et commerciaux
(en % de la valeur d'expertise droits inclus
au 31/12/12)

Mercialys en Bourse

Nombre d'actions en circulation au 31/12/12 : 92 022 826

Capitalisation boursière : 1 490,8 millions d'euros au 28/02/13

Secteur d'activité : participation et promotion immobilière

Entrée au SBF 120 : le 18/12/09

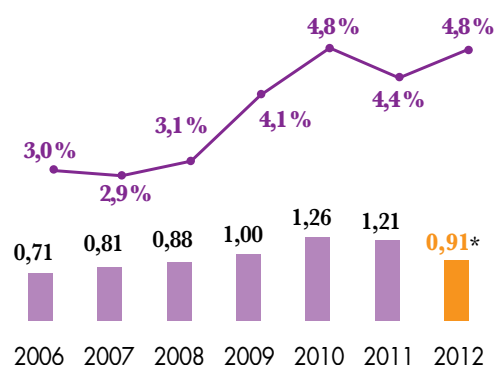
Indice principal : CAC All Shares

Marché : Euronext compartiment A

Place de cotation : Euronext Paris

Éligibilité PEA/SRD : non/oui

Dividende net et rendement par action (en euro)

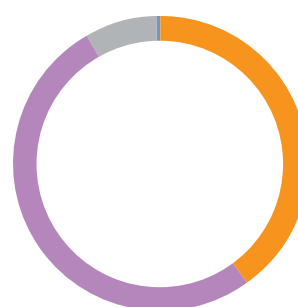


■ Dividende net par action

◆ Rendement de l'action en % (dividende net / cours de clôture moyen de l'action)

* Dont 0,25 euro d'acompte par action versé en octobre 2012 ; sous réserve de l'approbation de l'Assemblée générale du 21 juin 2013.

Répartition du capital (en %, au 28 février 2013)



40,17 %
Casino

8,01 %
Groupe Generali

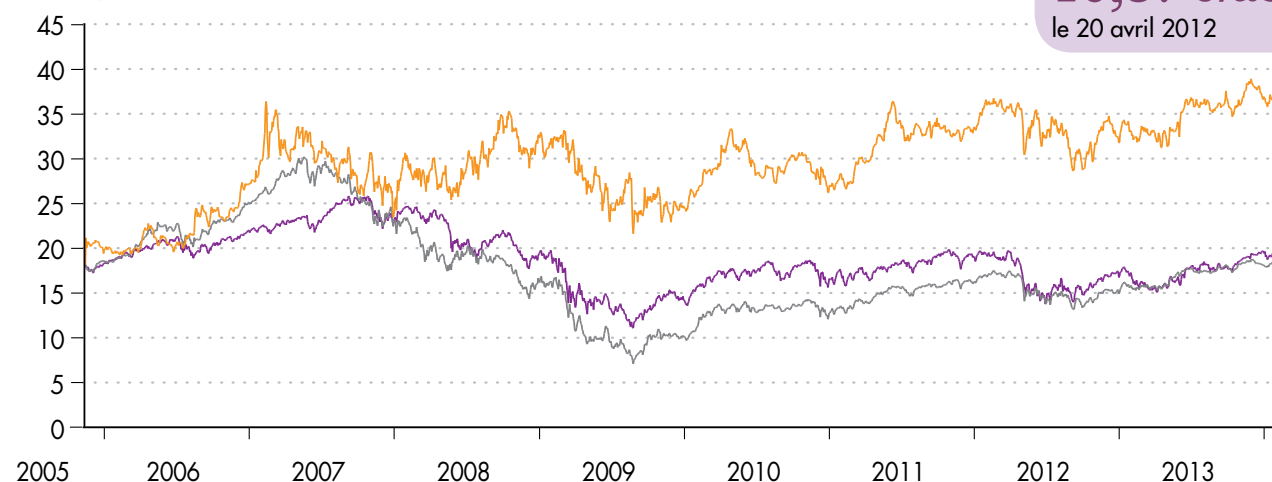
51,62 %
Public

0,19 %
Auto-contrôle

16,20 €
Cours de clôture au 28/02/13

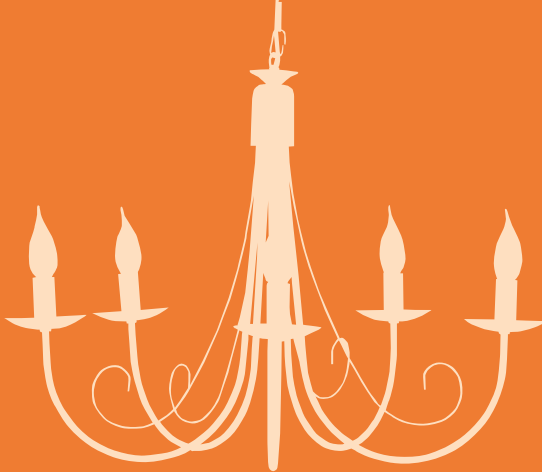
Performance relative de l'action Mercialys (en euro, base 100 au 11/10/2005, date de l'IPO)

IPO : 18,13€



Distribution exceptionnelle de **10,87 €/action** le 20 avril 2012

— Mercialys (dividendes réinvestis)
— EPRA Eurozone rebasé (dividendes réinvestis)
— CAC 40 rebasé (dividendes réinvestis)



Avec L'Esprit Voisin, Mercialys affirme sa différence

Nous travaillons tous les jours à embellir nos centres commerciaux, à les faire évoluer, à en faire des lieux de vie accueillants, à toujours mieux les intégrer dans leur territoire. C'est ce qui fait notre particularité. Nous l'appelons L'Esprit Voisin.

L'Esprit Voisin, c'est la volonté d'entretenir partout et à chaque instant une atmosphère familiale, attentionnée et attentive à tous. C'est notre credo, notre marque de fabrique, notre fierté. C'est ce qui rend nos centres différents, plus proches de leurs clients, de leurs modes de vie, de leur région.





L'Esprit Voisin gagne tous les centres

Depuis 2006, Mercialys s'est engagée dans un vaste programme de rénovation, de restructuration et/ou d'extension de ses centres commerciaux afin de créer de la croissance autour de L'Esprit Voisin. Cet ambitieux projet de développement fut baptisé Alcudia. Un nom désormais synonyme de succès et de différence avec plus de la moitié du parc de centres commerciaux Mercialys rénovée pour adopter L'Esprit Voisin.





Une autre façon de faire vivre le centre commercial

Afin de différencier ses centres de commerces, Mercialis a imaginé un nouvel état d'esprit, L'Esprit Voisin, et l'a déployé. Aujourd'hui, L'Esprit Voisin guide l'ensemble des actions de Mercialis au quotidien. Il est devenu sa culture et celle de ses centres.

Ce positionnement repose sur la proximité, à la fois géographique et humaine, avec les clients comme avec les enseignes. Le centre commercial est un lieu familier, voire familial où des liens se tissent et une relation de confiance s'établit. L'Esprit Voisin est une autre façon d'ancrer et de donner de la vie à un centre commercial dans son environnement local et de répondre aux attentes de ses clients et de ses commerçants.

15 nouveaux programmes
L'Esprit Voisin

livrés en 2012 dont 8 extensions et 7 rénovations

68 000 m²

de surface de vente créée, restructurée et/ou rénovée

Le reflet d'un territoire

Chaque centre puise son inspiration au cœur de sa région et y emprunte ses symboles. Le parti pris architectural évoque les paysages tout comme les activités, la culture ou les traditions locales : les domaines viticoles dans le bordelais, les rues provençales à Fréjus, l'univers forestier à Istres et à Rodez. Les aménagements extérieurs et intérieurs mettent en valeur le patrimoine local par des éléments emblématiques, inhabituels dans un centre commercial, comme des ruches, un verger, ou un jardin de plantes aromatiques. Les matériaux traditionnels et les essences végétales sont issus de la région, les teintes s'accordent au paysage.



L'Esprit Voisin, résolument tourné vers le client

L'Esprit Voisin, c'est savoir anticiper les attentes des consommateurs et y répondre en étant attentif à leurs demandes. Cela intègre un ensemble de services, d'astuces vraiment pratiques et d'attentions visant au confort et à la convivialité, une multitude de petits plus qui rendent les centres commerciaux de Mercialys encore plus attractifs.

Un centre commercial L'Esprit Voisin se veut responsable et citoyen, il a une démarche respectueuse pour l'environnement et le bien être d'autrui. Il est un acteur de proximité, se rapprochant de son environnement et de son territoire. Grâce à ses animations, il crée du lien et participe à la vie locale.

L'Esprit Voisin imprègne également la relation de Mercialys avec ses partenaires, commerçants indépendants et enseignes. Cette relation repose sur la confiance mutuelle, l'écoute, le dialogue. Elle est entretenue par une multitude d'occasions de renforcer les liens pour avancer ensemble.

Les détails qui donnent le ton

Un jardin de fleurs ? Des ruches sur le toit d'un centre commercial ? Du jamais vu, sauf à Albasud, à Montauban.

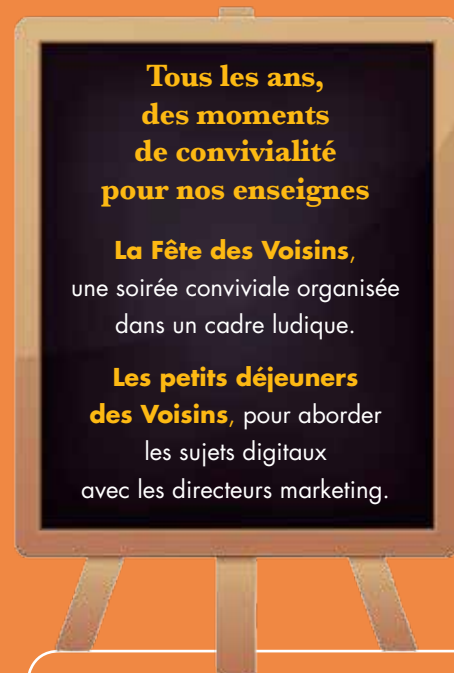
À Quimper, c'est un verger qui crée la surprise. Quant au centre de Pessac, il a planté sa propre vigne au cœur du Bordelais.

Ces éléments emblématiques accentuent l'ancrage local du centre et créent du lien. Ils sont l'occasion de prendre la parole avec les clients, de susciter la sympathie. Ils constituent également un excellent support pédagogique en permettant de créer des animations à destinations des enfants et de leurs familles.

Des preuves visibles

L'Esprit Voisin, c'est aussi un ensemble de petits détails empruntés à la vie de tous les jours, des détails qui donnent une âme aux centres de commerces Mercialys. Ils jalonnent le parcours des clients. Dès l'arrivée sur le site, c'est un portail, toujours ouvert en signe d'accueil, des totems boîtes aux lettres colorés, des services que l'on identifie au premier coup d'œil, des espaces de détente ou de jeu pour les enfants. Les allées se reconnaissent facilement, les parkings sont adaptés à tous. Les abords du centre sont égayés par des cabanes à oiseaux aux couleurs variées. La simplicité et l'humour donnent le ton de la convivialité.

Autre preuve de L'Esprit Voisin, le paillason souhaite la « Bienvenue » aux visiteurs dès le sas d'entrée. Le mail est baigné de lumière naturelle et rythmé de détails « comme à la maison » qui créent un décor chaleureux et familial.



**Tous les ans,
des moments
de convivialité
pour nos enseignes**

La Fête des Voisins,
une soirée conviviale organisée
dans un cadre ludique.

**Les petits déjeuners
des Voisins,** pour aborder
les sujets digitaux
avec les directeurs marketing.



Idées novatrices et petits « plus »

Des enfants impatientes, des ados affamés, des parents débordés... Pour que les courses en famille restent un plaisir partagé, L'Esprit Voisin multiplie les attentions pour accueillir tous les publics.

Besoin de faire une pause ? Les nurseries sont pratiques et toujours accessibles, les aires de jeux intérieures et extérieures permettent aux petits de s'amuser sous l'œil attentif de leurs parents. Plusieurs zones de wifi gratuit sont prévues afin de toujours garder le contact. Et tout le monde se retrouve à l'espace « Le Rendez-Vous » situé au cœur du centre. Ce lieu de rencontre est aménagé pour la détente. Il centralise aussi toutes les informations pratiques du centre : services disponibles, borne téléphonique pour être directement mis en relation avec une compagnie de taxi et même un affichage digital en temps réel des horaires des bus, pour ne pas être pris de court...



L'Esprit Voisin est synonyme d'optimisation continue

Les modes de consommation, de déplacement, de communication évoluent, les besoins des clients changent, leurs envies aussi. Pour qu'ils continuent de se sentir chez eux dans leur centre commercial, Mercialis leur donne la parole et les écoute. Chacun peut donner son avis ou faire des suggestions via le site internet ou la boîte à idées du centre commercial. Des enquêtes de satisfaction permettent d'évaluer régulièrement la qualité des ambiances, des accès, du parking, de l'offre commerciale et des services.

Le directeur de centre est toujours présent, attentif aux besoins des commerçants et des clients. De cette qualité d'écoute naissent les nouvelles idées pour optimiser les services et enrichir L'Esprit Voisin.

Des centres généreux avec leurs clients fidèles



Depuis trois ans, Mercialis adhère au programme de fidélisation S'Miles. Seize de ses centres commerciaux et plus de 700 boutiques l'ont déjà adopté et récompensent leurs clients lors de leurs achats. Le programme de fidélité a su assoir sa légitimité auprès des clients en assurant une régularité dans les prises de parole au travers d'un plan d'animation soutenu.

En 2012
31 236 clients fidèles,
dont plus de **6 500 clients recrutés dans l'année**
37 millions de points S'Miles distribués
133 000 porteurs récompensés

L'Esprit Voisin, une expérience à partager

Les clients vivent maintenant l'expérience L'Esprit Voisin au quotidien dans une cinquantaine de centres commerciaux. Pour qu'ils puissent la vivre pleinement et se l'approprier, Mercialys a choisi d'aller plus loin : elle affiche sa philosophie dans ses centres. Elle prend la peine d'expliquer sa vision à ses clients, affirme ses valeurs pour mieux les faire partager...

Cette démarche innovante est une nouvelle preuve de L'Esprit Voisin. Son objectif est triple : renforcer l'impact et l'engagement de L'Esprit Voisin auprès d'une clientèle réceptive, poursuivre la différenciation de Mercialys par rapport à d'autres foncières au travers d'un positionnement marketing ambitieux et s'inscrire dans une logique d'enrichissement permanent de L'Esprit Voisin.



Mercialys partage sa philosophie avec ses clients

L'Esprit Voisin s'affirme dès l'entrée du centre commercial avec un Manifeste. Ce texte de référence explique notre vision, notre façon différente de faire notre métier, ce à quoi nous croyons, pourquoi nous faisons les choses et quels bénéfices nous pensons apporter à nos clients.

Le parcours du client est ensuite jalonné d'une trentaine de prises de paroles, traitées avec humour et simplicité. Ces textes illustrent les éléments emblématiques de L'Esprit Voisin, comme le portail, les cabanes à oiseaux, le nom du centre, l'entrée... Ils les expliquent pour les rendre encore plus familiers.





Mercialys, ses commerçants, ses clients, tous dans un même écosystème digital

Le web et les réseaux sociaux sont devenus des outils incontournables pour construire et entretenir le dialogue avec les clients. L'activation de ces puissants leviers marketing nécessite cependant un vrai savoir-faire, des moyens techniques, financiers et une volonté constante. Avec L'Esprit Voisin 2.0, Mercialys poursuit sa mue et met à la disposition de ses centres et de ses commerçants des outils adaptés aux usages des clients.

L'Esprit Voisin se vit aussi sur le web et les réseaux sociaux

Au-delà de la simple visite du centre commercial, le web et les réseaux sociaux permettent de faire vivre et d'enrichir la relation qui unit le centre, les enseignes, les commerçants indépendants et la clientèle. Mercialys a créé et mis en ligne en janvier 2012 une nouvelle plate-forme web dynamique. Chaque centre dispose d'une déclinaison web mobile pour s'adapter aux consommateurs nomades.

Par ailleurs, des pages dédiées à l'actualité des centres commerciaux ont été créées sur Facebook. Elles sont ainsi administrées en local par les directions de centre et permettent une interaction en temps réel. Les opérations de recrutement, jeux et animations, se multiplient et maintiennent un lien avec le client.

L'animation régulière de ces communautés permet la transformation de clients internautes en clients fans, puis en clients ambassadeurs qui relaient les informations et diffusent l'image de marque du centre commercial. Ces messages, qualifiés et ciblés, constituent une communication tout particulièrement efficace et permettent l'acquisition de nouveaux clients.

« Mon Centre », la nouvelle application mobile

L'Esprit Voisin existe aussi en format de poche. Cette application, simple d'utilisation et personnalisable, apporte encore plus de services aux clients des centres de commerces Mercialys. Elle les accompagne lorsqu'ils font leurs courses dans la galerie et leur apporte une foule de services utiles, comme retrouver l'endroit où ils ont garé leur voiture, la liste de leurs courses, le rappel des anniversaires...

L'application mobile participe aussi à enrichir l'expérience shopping des clients avec les « bons plans » et des offres de réduction exclusives et personnalisées, les « Specials », téléchargeables par les clients identifiés, mais aussi les offres S'Miles.

L'application mobile Mon Centre a été lancée le 15 octobre 2012 dans 20 centres commerciaux. Elle était téléchargeable dans 36 centres dès le 15 novembre et une version 2 arrive déjà, enrichie de nouvelles fonctionnalités incitant les utilisateurs à l'utiliser encore plus souvent : petites annonces, check-in dans le centre, météo, calendrier des anniversaires Facebook et consultation des points fidélité...

**Pour plus d'infos,
rendez-vous sur
mercialys.fr/moncentre**

Des outils simples, utiles et personnalisés pour les commerçants

Pour donner aux enseignes nationales et aux commerçants locaux plus de visibilité sur les sites Internet de ses centres et plus d'autonomie dans la gestion de leur espace, Mercialys leur propose un accès direct à cet écosystème digital. Les enseignes et les commerçants sont accompagnés dans la découverte de leur extranet dédié.

Ces nouveaux services contribuent à renforcer la relation de confiance entre Mercialys et ses preneurs.



Pour en savoir plus,
flashez
ce QR code



L'application mobile

Plus de 5 000 téléchargements dès le premier mois et 2 000 comptes clients créés.



Les sites web

Plus d'un million de visites sur notre plate-forme web mutualisée.

Près de 50 000 visiteurs uniques sur les sites des grands centres Mercialys et plus de 160 000 pages vues, soit 30% de plus qu'en 2011.



Des Voisins, engagés en faveur du développement durable

Mercialys s'est engagée à maîtriser l'impact de ses centres commerciaux sur l'environnement, à assurer leur intégration dans le paysage et à favoriser la vie sociale et économique locale. Afin d'inscrire sa démarche dans la durée, Mercialys a créé un label de développement durable pour ses centres : le Label « V ». Dans la droite ligne de L'Esprit Voisin, il a la particularité d'intégrer, en plus des critères environnementaux, une dimension sociétale très marquée.

4 nouveaux centres commerciaux labellisés en 2012

Glann Odet à Quimper, Fontaines des Clairions à Auxerre, Cap Costières à Nîmes et Praz du Léman à Annemasse ont reçu le Label « V ».

Un label exigeant

Le Label « V » incite les centres commerciaux Mercialys à relever les défis du développement durable.

Les centres sont évalués sur la base d'un référentiel constitué de 116 critères objectifs, mesurables et quantifiables. Ces critères sont pondérés selon leur difficulté de réalisation et certains sont obligatoires pour pouvoir prétendre au label. Chaque centre candidat fait l'objet d'un audit sur la base du référentiel, par un organisme externe indépendant et reconnu, Ecocert Environnement. Le directeur du centre et le directeur technique soumettent ensuite la candidature au Comité de labellisation qui va l'attribuer ou non. Ce Comité est composé de 12 membres indépendants venant d'univers variés en lien avec l'immobilier.

Après deux ans de retour d'expérience et dans une logique d'amélioration continue, Mercialys fait évoluer le référentiel et le processus de labellisation.

Après deux ans de retour d'expérience, Mercialys continue la démarche de progrès initiée par le Label « V » et a fait évoluer le référentiel et le processus de labellisation en 2012.



Au total,

9

centres

ont obtenu le Label « V »

Label V

Pour en savoir plus
sur le centre
Fontaines de Clairions,
flashez ce QR code





Les centres Mercialys adoptent les énergies renouvelables

En matière énergétique, Mercialys installe des ombrières photovoltaïques sur les parking de ses centres et des centrales solaires sur les toitures, en partenariat avec la société GreenYellow, filiale du Groupe Casino.

Elle œuvre ainsi en faveur du développement de la production d'énergies renouvelables. En 2012, trois nouvelles centrales solaires ont été installées sur les centres d'Albi, Marseille Delprat et Montauban, ce qui porte à 17 le nombre total d'installations solaires.

L'amélioration de la performance énergétique des centres

Au-delà du développement des énergies renouvelables, Mercialys bénéficie également des compétences de GreenYellow en vue d'améliorer l'efficacité énergétique de ses centres commerciaux. En 2012, des audits énergétiques ont été réalisés sur 22 centres commerciaux afin de déterminer des actions cadre pouvant être mises en œuvre pour accroître leur efficacité énergétique. Ces audits ont abouti à la signature de Contrats de Performance Énergétique (CPE) permettant de pérenniser les efforts d'amélioration de la performance énergétique pour une douzaine de centres.



**Mercialys détient 5,25 %
du capital de GreenYellow.**

17 centrales photovoltaïques

Production annuelle : 35 075 MWh

Surface totale de panneaux : 147 225 m²



Des modes de transports doux pour réduire l'empreinte carbone



En 2012, trois centres ont fait l'objet d'un Bilan Carbone dont les résultats ont confirmé qu'en moyenne, les trois quarts des émissions de gaz à effet de serre d'un centre commercial sont liés au transport des clients. D'où l'engagement de Mercialys en faveur des modes de transports « doux » : prolongement des pistes cyclables, installation d'abris à vélos, création d'emplacements réservés au covoiturage, mise en place de bornes de recharge pour les véhicules hybrides ou électriques. En 2012, 7 nouvelles bornes ont été installées sur les centres commerciaux Mercialys.

Une vraie reconnaissance

Le Trophée Développement Durable du CNCC a été attribué à la Caserne de Bonne situé au centre-ville de Grenoble. Le jury a particulièrement distingué son intégration urbaine, mais aussi le caractère innovant de sa halle bioclimatique et la gestion de sa toiture végétalisée.



Plus grands, plus beaux, plus voisins

Le programme L'Esprit Voisin s'est poursuivi à un rythme soutenu en 2012. Huit nouvelles extensions sont venues renforcer le portefeuille de Mercialys et sept autres centres ont été rénovés. En adoptant L'Esprit Voisin, chaque centre commercial raconte sa propre histoire, s'ouvre sur son environnement. Les clients découvrent de nouvelles enseignes dans des espaces qui leur ressemblent ou qui leur sont familiers.



A Quimper, L'Esprit Voisin anime la rive de l'Odet

Ouverture :

25 mai 2012

En mai 2012, le centre commercial Glann Odet totalement métamorphosé, plus grand et plus convivial a ouvert ses portes. Saisissant l'opportunité du départ de l'enseigne de Castorama, il a profité de l'espace libéré pour s'agrandir et enrichir encore son offre commerciale. Avec ses 5 200 m² de surface supplémentaire et ses 20 nouvelles enseignes, le centre renforce sa position de leader dans l'agglomération quimpéroise et acquiert une envergure régionale en conservant une dimension humaine forte. Ses nouveaux aménagements et services conçus à L'Esprit Voisin, offrent une expérience shopping inédite aux clients de la région.



+ 26 %

de fréquentation en plus
en moyenne sur
les 8 premiers mois.
Un impact positif sur le chiffre
d'affaires qui favorise aussi
les commerçants du centre
commercial existant.

+ 42 %

de fréquentation en plus
en juin 2012 vs juin 2011



Découvrez
Glann Odet
en images

« Comme
à la maison »,
pour que les Quimpérois
se sentent chez eux

À l'intérieur du centre, les murs sont habillés
du même bois que le pont d'un bateau et le balcon
d'accueil personnalisé par un garde-corps métallique
de navire. Tout est pensé pour favoriser le bien-être
des visiteurs. Les proportions restent à échelle
humaine, le mobilier est confortable,
la décoration apporte une touche intimiste.
Les clients se sentent
« comme chez eux ».



L'univers maritime donne le ton

Le parti pris architectural s'inspire du patrimoine breton et de l'univers maritime du Pays de l'Odét. Le bateau et le littoral sont à l'honneur dans les aménagements extérieurs qui témoignent ainsi de la forte volonté d'intégration dans l'environnement et le patrimoine local. Le métal riveté de teinte rouille du portail et des portes rappelle les coques des navires. Les murets des portes d'entrée, les bordures et les bancs sont en granit, comme dans les espaces publics quimpérois.



Un nom choisi par les clients

En breton, « Glann Odet » signifie « la rive de l'Odét », la rivière qui coule à proximité du centre commercial. C'est le nom choisi par les clients eux-mêmes.

Pour marquer le renouveau du centre et permettre à ses clients de se l'approprier, un concours a été organisé afin de lui donner un nouveau nom en harmonie avec la culture et l'univers de la région. Les clients du centre commercial étaient invités à voter pour l'un des trois noms proposés.



Une extension de
5 200 m²



Le centre a profité de l'espace libéré par le départ de Castorama pour s'agrandir, compléter et diversifier son offre commerciale. Les grandes enseignes présentes, telles que Caroll, Promod, Armor Lux, Esprit, Sephora ou André ont été rejointes par Mango, Kaporal 5, Foot Locker ou Sergent Major pour le prêt-à-porter homme/femme/enfant, Marionnaud pour la beauté/santé, Nature & Découvertes pour les loisirs. Sur les vingt nouvelles enseignes, une dizaine s'implante pour la première fois dans la ville de Quimper dont la FNAC. L'arrivée de cette enseigne de renom est génératrice de flux importants qui bénéficient à l'ensemble des commerçants du centre, anciens et nouveaux.

En
7 ans
la valeur du centre
a triplé



1400
places de parking

Une zone de chalandise de
128 000
habitants



J'ai une double mission : j'anime au quotidien la vie commerciale du centre, avec entre autres la communication, la carte de fidélité... J'accompagne les commerçants en identifiant leurs problématiques et en leur proposant les services adaptés d'Agence d'ici.

Flore Audine,
Directrice commerciale

De nouveaux services pour une expérience shopping inédite

Pour que les parents puissent faire une pause de temps en temps avec leurs enfants, des aires de jeux sont aménagées à l'intérieur comme à l'extérieur et un service de garderie organise des animations chaque mercredi et samedi.

Et pour se retrouver, se renseigner sur les nombreux services disponibles ou tout simplement passer agréablement et confortablement un moment d'attente, direction « Le Rendez-Vous », un espace de convivialité qui reflète bien toute la symbolique de L'Esprit Voisin. De nombreux services y sont directement accessibles, tels qu'une borne d'appel de taxi, l'affichage dynamique des horaires de bus, un accès wifi gratuit...



Je trouve l'aménagement réalisé très beau. L'ambiance est conviviale, moderne, décoré avec goût. C'est de loin le plus beau centre commercial du Finistère Sud.

Charles Proust
Responsable Atol



Un voisin citoyen et écologiquement responsable

Les travaux de rénovation comme l'exploitation du centre au quotidien s'inscrivent dans une démarche respectueuse de l'environnement.

Les modes de transport alternatifs y trouvent une place privilégiée avec des arrêts de bus et surtout la création de pistes cyclables et la mise à disposition de places de parking dédiées au rechargement gratuit des voitures électriques et hybrides.



Un coin de nature bretonne pour faire la différence

Insolite dans un centre commercial, le verger avec des pommiers en espalier est complété d'un potager fruitier pour évoquer le patrimoine végétal de la région. Ce coin de nature bretonne au coeur du centre commercial dispose d'un abri baptisé « La Maison du Fruit », autre idée originale permettant d'organiser des animations pédagogiques et de créer du lien social.



Je veille au bon fonctionnement du centre afin d'accueillir les clients tous les jours dans un lieu confortable et protégé.

Frédéric Przybyla,
Directeur d'exploitation



Une innovation « verte », le Solar Wall

Glann Odet est équipé d'un Solar Wall sur sa façade sud. Ce mur solaire de 325 m² capte la chaleur des rayons du soleil. En passant à travers, l'air extérieur se réchauffe avant de s'engouffrer dans le système de ventilation du centre commercial. Ce système innovant n'est que le deuxième installé en France. Il permet au centre Glann Odet de réaliser de 30 à 50 % d'économies d'énergie pour rester au chaud l'hiver. En été, le système limite le réchauffement du centre commercial en empêchant le rayonnement solaire d'atteindre le bâtiment.



Un impact sur l'emploi local

Glann Odet a permis la création de près de 80 emplois contribuant ainsi au développement économique et social de la région. Le chantier de transformation avait déjà mobilisé 20 entreprises, dont 11 de la région Bretagne.



Nous sommes satisfaits de l'ouverture de notre magasin à Glann Odet. C'est un centre de qualité, qui propose une offre boutiques diversifiée. L'ouverture des restaurants a impulsé une véritable dynamique et a fait venir de nouveaux clients.

Jean-Christophe Catonne
Responsable Fnac



Les « Petits Voisins » ont leur crèche

Il n'est pas toujours facile de travailler dans la sérénité quand il faut aussi faire garder son bébé. À Glann Odet, Mercialys propose une solution adaptée : une crèche interentreprises de 20 berceaux, destinée à toutes les entreprises de l'agglomération, ouvrira à la rentrée 2013.

Les salariés auront enfin une solution de garde fiable et pratique, proche de leur lieu de travail, ce qui leur facilitera la vie.





Les Pins des Cognets à Istres

Une ambiance forestière

+ 2 000 m²

17
nouvelles enseignes

50
boutiques

8 640 m²
de panneaux solaires

En doublant sa surface, Les Pins des Cognets conforte sa position de leader à Istres.

Ses 2 000 m² supplémentaires permettent d'élargir son offre commerciale en accueillant 17 nouvelles enseignes, dont Promod, Camaïeu, Armand Thierry, Kiko, Cléor, Yves Rocher, Darjeeling ou Micromania, autant de marques encore inédites dans la ville.

Le centre profite de son cadre exceptionnel pour s'ouvrir sur la nature. Le nom choisi par ses clients évoque la pinède magnifique toute proche. Les nouvelles boutiques sont accessibles par une venelle extérieure invitant à la promenade. C'est cela aussi L'Esprit Voisin.





Allée des Hirondelles à Fréjus

Un air de Provence



+ 2 245 m²

24
nouvelles enseignes

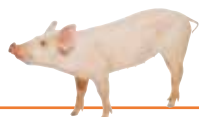
50
boutiques

4 000 m²
de panneaux solaires



Une promenade et une place à ciel ouvert, des terrasses... Quand L'Esprit Voisin inspire la rénovation du centre commercial, l'ambiance prend un accent très provençal. Les clients y retrouvent la disposition des villages provençaux, des espaces conçus pour vivre dehors et une rue piétonne commerçante très animée.

Ce cadre chaleureux invite à prendre son temps et à profiter d'une offre enrichie et variée de marques nationales et d'enseignes indépendantes. Allée des Hirondelles a doublé le nombre de ses boutiques et sa nouvelle dimension lui permet de créer une offre mode très attractive avec des enseignes comme LMV, Ooxoo, Kaporal5, Blue Box, Morgan, Jules, Okaidi, Jack & Jones, San Marina... Parmi les 24 nouvelles enseignes, 14 n'étaient pas encore implantées à Fréjus.





Bois de Bersol à Bordeaux Pessac

Entre vignoble, mer et forêt

+ 6 510 m²

30
nouvelles enseignes

60
boutiques et 6 moyennes
surfaces

Une centrale solaire
de 4 500 MWh

Le portail de pierre rappelle l'entrée d'un domaine. Les murets, les allées, les perrons évoquent eux aussi le vignoble bordelais. Des choix naturels puisque le centre commercial a sa propre vigne.

En choisissant son nouveau nom, ses clients se sont inspirés de la proximité de la forêt landaise. La nouvelle architecture fait également référence aux cabanes ostréicoles du Bassin d'Arcachon avec des bardages en pin maritime. Le patrimoine régional est partout présent, la nature aussi. Et comme L'Esprit Voisin est aussi synonyme d'innovations respectueuses de l'environnement, Bois de Bersol économise chaque année près de 13 000 tonnes de CO₂ grâce à sa centrale solaire photovoltaïque installée sur sa toiture et en ombrière de parking.



Bois de Bersol renforce sa puissance commerciale

Avec ses 6 510 m² supplémentaires, le centre commercial a doublé son offre commerciale. Il s'est transformé mais conserve son caractère convivial et sa taille familiale.

Bois de Bersol, s'est enrichi de 30 nouvelles enseignes, dont 22 arrivent dans la ville de Pessac.



Un partenariat réussi pour Mercialys

L'extension du centre commercial de Bordeaux Pessac illustre une nouvelle façon pour Mercialys de valoriser l'ensemble de son expertise.

En 2011, la galerie marchande et le retail park avaient été achetés par le fonds de placement immobilier créé dans le cadre d'un partenariat entre Mercialys et la société Union Investment, l'un des principaux investisseurs immobiliers européens.

Mercialys est l'opérateur de ce fonds, en charge de l'asset management et de la commercialisation. Mercialys est également intervenu comme promoteur de l'extension qui a été cédée au fonds en VEFA.





La Porte de Rodez à Rodez

L'univers de la forêt

+ 1 200 m²
7
nouvelles enseignes
30
boutiques
7 000
de panneaux solaires

Rebaptisé La Porte de Rodez par ses clients, le centre commercial d'Onet-le-Château s'est agrandi de 1 200 m² à l'occasion de sa restructuration. Il prend une nouvelle envergure et son offre commerciale enrichie répond aux attentes de la clientèle locale avec des univers commerciaux variés : restauration, santé, beauté, habillement. Le parti pris architectural s'inspire très largement des paysages forestiers aveyronnais et le bois habille toutes les façades. Clin d'œil culturel et hommage à l'architecture médiévale de la cité, une aire de jeux propose aux enfants de s'amuser librement entre un château fort et un pont suspendu.



+ 2 075 m²
15
nouvelles enseignes
50
commerces
19 000 m²
de panneaux solaires

Albasud à Montauban

Sur le thème de la terre cuite

Au centre Albasud, on vient pour son offre enrichie de nouvelles enseignes, mais de toute évidence, on revient aussi pour le plaisir de cheminer entre ses arbres fruitiers, son jardin fleuri et ses plantes aromatiques. Le décor est familier, l'acier et la brique font écho aux façades des immeubles de Montauban. Les couleurs et les matériaux sont chaleureux et naturels. La nature est omniprésente avec des animations inédites. Les trois ruches sur le toit et leurs 130 000 abeilles devraient produire quelques 60 kg de miel par an.

Albasud produit aussi une partie de son énergie. Ses 11 800 panneaux solaires fournissent l'équivalent de la consommation annuelle de 200 foyers.





Agen Boé

Un espace de restauration

Déjeuner sur le pouce ou donner rendez-vous à ses amis pour un vrai repas, les espaces de restauration deviennent vite le point de repère du centre commercial.

En janvier 2012, le centre a accueilli un nouveau restaurant, La Pataterie, sur une surface de 660 m² libérée par l'hypermarché Géant Casino.

Ce centre local de proximité, leader de l'agglomération, comprend également 21 boutiques et deux restaurants. Son architecture est inspirée par les séchoirs à tabacs locaux, thème choisi lors de sa rénovation en 2008.



Narbonne

Un renouveau très mode et beauté

Les Narbonnaises l'attendaient, H&M a ouvert ses portes le 3 octobre 2012. La restructuration de la surface de vente de l'hypermarché Géant Casino a permis cette arrivée qui va renforcer l'attractivité du centre commercial et fidéliser la clientèle du sud de Narbonne.

Par la même occasion, l'enseigne Yves Rocher a également choisi de venir s'installer dans ce centre rénové qui compte désormais 30 boutiques.

Et pour les « Petits Voisins », une crèche inter entreprise ouvrira ses portes avant la fin de l'année 2013.





Ils adoptent aussi L'Esprit Voisin



En 2012, **7** centres ont
bénéficié d'une rénovation au
concept de L'Esprit Voisin.



Les équipes de Mercialys en ont profité pour revoir les détails, s'inspirer du cadre naturel, des traditions, de la culture locale pour créer une ambiance chaleureuse et familière. En un mot, insuffler L'Esprit Voisin.

Valence 2, livré en juillet 2012, a adopté le saule blanc, celui qui borde les canaux de la ville et qui produit l'osier.

À Montélimar, le ton est donné par le nougat, les amandiers qui entourent la ville et le miel de Provence.

La tradition du bois étant indissociable d'Oyonnax, elle est donc présente dans le centre, tout proche de la forêt.

À Lons-le-Saunier, ville thermale, l'inspiration vient naturellement de l'eau.

À Montpellier, le château et son magnifique parc, avec ses vases Médicis et ses statues ont fourni le thème idéal à la rénovation du centre qui s'est achevée en février 2013.



L'Esprit Voisin, les gagnera bientôt...

Le programme Alcudia continue d'alimenter la croissance du portefeuille de Mercialys.

Une dizaine de nouveaux projets de restructuration, d'extension et de rénovation seront livrés ou mis en œuvre en 2013.

Parmi ces projets, certains centres comme Besançon ou Brest ont déjà connu une première étape d'extension. Ils vont faire l'objet d'une seconde phase de restructuration afin de les rendre encore plus attractifs et valoriser pleinement le fort potentiel dont ils disposent.





La Foncière Commerçante, une nouvelle vision du commerce

Aller de l'avant et innover, c'est dans notre nature. Il nous faut toujours imaginer des projets qui nous fassent avancer et qui profitent avant tout aux clients, aux enseignes et aux commerçants de nos centres.

Avec la Foncière Commerçante, dans la continuité du programme Alcudia et de L'Esprit Voisin, nous franchissons une nouvelle étape pour mieux accompagner nos partenaires, pour les aider à développer leur chiffre d'affaires et favoriser leurs succès commerciaux. Nous enrichissons notre expertise de deux nouveaux mots, hyper-local et multicanal, avec toujours la volonté de créer de la valeur au bénéfice de tous les acteurs impliqués dans cette nouvelle stratégie.





Agence d'ici porte bien son nom

Elle est d'ici mais aussi de là. Toujours près de ses commerçants et des enseignes. Toujours proches de leurs clients. Agence d'ici parle à tout le monde et s'adresse à chacun. Elle pense globalement, elle agit localement. Son bouquet de services s'adapte à chaque centre pour favoriser le développement du chiffre d'affaires de ses commerçants. Agence d'ici, c'est la manière concrète de déployer la nouvelle stratégie de Foncière Commercante sur le terrain, en gardant comme credo la proximité et la performance.





La Foncière Commerçante, toujours plus proche, toujours plus efficace



Dans la continuité du programme Alcludia et de L'Esprit Voisin, Mercialis franchit une nouvelle étape avec la Foncière Commerçante pour renforcer la proximité qui l'unit aux enseignes et aux commerçants. Une proximité synonyme aussi de performance commerciale et de développement de chiffre d'affaires.



Le contexte de morosité qui imprègne depuis plusieurs années l'économie et la société dans son ensemble rend plus sensible aux mutations qui bouleversent l'environnement des commerçants. Ces derniers doivent faire face à un marché plus concurrentiel que jamais, répondre à cet environnement de concurrence toujours plus intense, avec des moyens financiers plus restreints, et avec pour impératif de maîtriser les supports de communication, notamment digitaux, qui évoluent eux aussi constamment.

Une nouvelle stratégie qui marque la différence

Dans ce contexte, Mercialis a développé une nouvelle stratégie, dénommée la Foncière Commerçante, qui traduit un accompagnement moderne, proactif et multicanal de ses centres commerciaux. Avec la Foncière Commerçante, Mercialis s'implique localement aux côtés des enseignes nationales tout comme des commerçants indépendants avec un objectif majeur : favoriser leurs succès commerciaux.



Cette démarche résolument novatrice, à l'image de ce qu'entreprend Mercialys depuis sa création, s'inscrit dans un process d'évolution continue de sa vision du commerce et de son métier. Dans la continuité du programme Alcudia, qui a permis à Mercialys de rénover, restructurer et massifier son patrimoine, la Foncière Commerçante s'affirme comme une nouvelle étape dans cette stratégie de création de valeur.

Mercialys assurait jusqu'alors trois « fonctions » classiques du métier de foncière. Elle facturait des loyers à ses locataires. Elle prenait en charge la gestion des centres. Elle mettait tout en œuvre pour développer le trafic dans ses centres au moyen de services et d'animations personnalisés. Mercialys a souhaité dépasser ce statut de simple bailleur en intégrant un rôle plus large dans lequel elle s'implique aux côtés de ses partenaires commerçants pour favoriser leurs succès commerciaux.

Mercialys devient un commerçant hyperlocal et multicanal. Sa stratégie de Foncière Commerçante se décline en trois volets : une différenciation encore plus marquée, la stimulation de la demande et l'élargissement de l'offre.

La différenciation signée Mercialys

L'Esprit Voisin incarne depuis plusieurs années la marque de fabrique de Mercialys. Déjà déployée sur une cinquantaine de centres commerciaux, c'est une expérience vécue au quotidien par les clients-voisins. Aujourd'hui, Mercialys franchit une nouvelle étape dans sa différenciation. Elle souhaite expliquer et mieux faire partager à ses clients la philosophie que représente L'Esprit Voisin. Loin d'en rester aux mots, celle-ci se veut concrète, porteuse d'un positionnement marketing ambitieux, inscrite dans une perspective d'amélioration permanente. L'Esprit Voisin est un « corps vivant » animé par un échange constant avec les clients.

À travers des textes au ton engagé, simple et parfois humoristique, affichés dans les centres, les clients ont tout loisir de découvrir la pertinence et la réalité de cette philosophie. Ils la retrouvent diffusée sur l'ensemble des médias digitaux utilisés par Mercialys. L'Esprit Voisin 2.0 est ainsi né, véritable rampe de lancement d'une stratégie numérique qui se veut aussi innovante qu'efficace.



Une structure dédiée pour stimuler la demande

Jusqu'à présent, en tant que foncière classique, Mercialys s'employait tout particulièrement à développer la fréquentation de ses centres. En endossant les habits de Foncière Commerçante, elle passe un cap essentiel pour accompagner les commerçants dans leurs actions de développement du chiffre d'affaires en offrant des outils efficaces de stimulation de la demande. Désormais, Mercialys pense et agit comme un commerçant confronté aux problématiques de conquête de nouveaux clients, de fidélisation de la clientèle et de valorisation du panier moyen. Pour résoudre cette triple problématique, elle s'affirme comme une agence de marketing locale et multicanale, avec la création d'Agence d'ici. Cet accompagnement et ces initiatives sont d'ores et déjà appréciés par les enseignes qui accueillent favorablement l'engagement de Mercialys à devenir un partenaire de leur développement.

Une offre plus large pour satisfaire les nouvelles attentes

Alors que le web et surtout le e-commerce ont définitivement modifié les habitudes de consommation, la création de nouveaux produits ou services vise à répondre prioritairement aux attentes non satisfaites des consommateurs. À travers la Foncière Commerçante, Mercialys va diversifier son offre e-commerce en l'étendant au « web to store », au « drive », aux points retraits... Pour faciliter la vie quotidienne des clients de nouveaux services seront mis en place, et de nouveaux marchés comme le commerce éphémère seront développés. Mercialys pourra dans ce cadre nouer des partenariats si elle ne trouve pas les acteurs adéquats lui permettant d'atteindre ses objectifs. De manière occasionnelle et ponctuelle, Mercialys pourra aussi endosser les habits de « retailer ».





Agence d'ici, le « sur mesure » et la proximité en actions

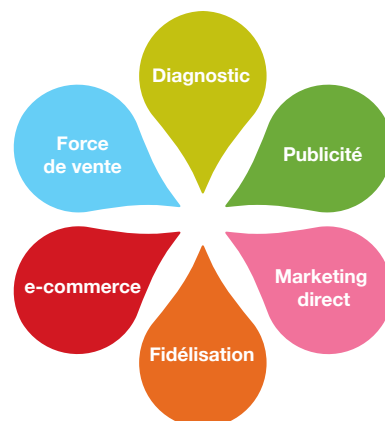
La Foncière Commercante est entrée dans une phase opérationnelle. Agence d'ici en est la cheville ouvrière. Localement, pour les enseignes et les commerçants, elle déploie une palette multicanale d'actions commerciales sur mesure, aussi innovantes qu'efficaces.



Accompagnement proactif

Lancée en octobre 2012, Agence d'ici est une agence spécialisée en communication et marketing qui offre une large gamme de services aux grandes enseignes nationales et aux commerçants indépendants. Elle les accompagne au quotidien en leur proposant un bouquet de services destinés à stimuler le trafic et à augmenter leur chiffre d'affaires. Pour ce faire, elle mène des actions visant la conquête de nouveaux clients, la fidélisation de la clientèle ou la valorisation du panier moyen, les trois principaux leviers de la performance commerciale. S'appuyant sur les ressources et les compétences locales, l'ensemble des actions conduites par Agence d'ici vise à optimiser, au meilleur coût, la performance des investissements des commerçants en matière de communication.

**L'offre d'Agence d'ici :
6 familles de services
pour un bouquet de 50 services**





Une base de données hyper ciblée

Agence d'ici dispose d'atouts convaincants pour réussir dans son entreprise. Elle a ainsi construit une base de données hyper qualifiée et très localisée, indispensable pour garantir l'efficacité de messages ciblés. Les adresses ont été collectées sur des zones géographiques précisément définies afin de mettre à la disposition des centres et des commerçants des contacts fiables, pertinents et porteurs recrutés notamment via la carte S'Miles ou lors d'opérations marketing.

Un studio créateur d'actions multicanales

Agence d'ici intègre un studio spécialisé dans le développement des outils conçus pour les centres commerciaux. Son expertise se déploie sur trois types de supports. Un pack de communication multi-formats est proposé aux centres pour mettre en place des actions performantes, adaptées au plan et aux temps forts de leur communication. Déclinable sur tous les supports, il utilise une banque d'images pré-formatée. Sur le plan numérique, un écosystème digital comprenant site internet, page Facebook, application mobile, newsletter électronique est également décliné pour chaque centre qui le souhaite. Troisième support sur lequel s'appuie l'expertise d'Agence d'ici, un programme de fidélité qui est déployé sur 16 centres significatifs en termes de taille. Associé au programme de fidélité S'Miles, il fédère 85% des commerçants des centres commerciaux et rassemble 120 000 porteurs.



La fidélité doublement récompensée

À titre d'exemple, un centre commercial a été privatisé pour les porteurs de la carte de fidélité et pour les meilleurs clients du centre. Résultat doublement gagnant : pour les clients, le sentiment d'être vraiment privilégiés, et pour les commerçants concernés par l'opération, une augmentation significative de leur chiffre d'affaires sur la période.





Une campagne d'ouverture réussie

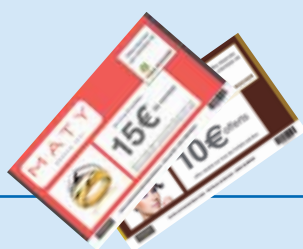
Au centre de Besançon Chateaufarine, une campagne à la fois « print » et digitale est venue relayer l'ouverture d'une boutique de l'enseigne Léonidas. Le nombre de contacts a été supérieur à celui attendu et le taux de clic moyen également plus important que la moyenne.

Un territoire commercial précisément connu

Le principal atout d'Agence d'ici réside dans sa connaissance du terrain et son expertise tirées de ses études géomarketing du tissu commercial local, réalisées par des experts, définies autour de nombreux critères : environnement du centre, concurrence existante et à venir, profil et évolution des consommateurs, habitudes de consommation... Ces études permettent d'établir un diagnostic appliqué à une zone de chalandise et de recommander ensuite une action ciblée.

Une étude géolocallement fructueuse

À Nîmes, une étude géomarketing a mis en évidence l'intérêt de proposer de nouveaux services dédiés à une clientèle qui utiliserait l'arrivée du nouveau tramway et d'identifier une nouvelle clientèle à fort pouvoir d'achat pour notre centre commercial.





Directeur commercial, le véritable « plus » terrain d'Agence d'ici

Dans chaque centre, le Directeur commercial est le principal interlocuteur des commerçants. Avec eux, et en lien avec Agence d'ici, il met en place des actions sur mesure dont l'efficacité fait l'objet d'un bilan détaillé. Il soumet dans un premier temps un diagnostic des problématiques pour concevoir les actions à mener. Une fois ce diagnostic validé, et fort d'une connaissance précise des visiteurs du centre, le Directeur commercial crée les outils qui conduiront à proposer la bonne offre à la bonne enseigne. Des indicateurs de performance permettent in fine de mesurer la qualité des prestations.



Le respect de la qualité relationnelle

De façon plus globale, Agence d'ici s'attache à valoriser et à respecter la relation qui unit le commerçant à ses clients. L'emploi de canaux multiples favorise la diversité et la qualité des échanges, qu'ils soient physiques, mobiles ou digitaux. Les actions proposées s'inscrivent dans le respect de l'espace privé. Le nombre de messages envoyés est volontairement maîtrisé pour ne pas engendrer de rejets. Et si les offres visent à être toujours attractives, elles s'inscrivent dans le rythme d'une consommation humaine et responsable, du point de vue des clients comme de celui des commerçants.

Des premiers retours très positifs

Les premières prestations de services réalisées en 2012 confirment l'intérêt des enseignes et des commerçants pour la démarche de la Foncière Commerçante conduite sur le terrain par Agence d'ici. De nombreuses enseignes lui ont déjà fait confiance. Les premiers retours augurent d'un potentiel de développement prometteur.

À fin 2013, ce sont 17 centres Mercialys qui devraient être déployés et bénéficier des services d'Agence d'ici dans le cadre de la Foncière Commerçante.



Une expertise au service d'idées novatrices

4,3 M€

facturés sur 2012



Le centre commercial L'Esprit Voisin est un lieu de vie en perpétuel renouvellement. Avec la Foncière Commercante, il relève de nouveaux défis pour séduire et fidéliser ses clients, il vibre au rythme des tendances, il foisonne d'activités nouvelles, il distrait, il sait aussi informer et rendre service...

Chez Mercialys, les équipes dédiées au Business Development sont en permanence à l'écoute des clients et des commerçants, en quête d'idées novatrices. Elles explorent de nouveaux champs d'intervention pour imaginer les offres complémentaires qui vont renforcer l'attractivité du centre commercial, accentuer sa différence et créer des sources additionnelles de revenu pour Mercialys.

Le succès du commerce éphémère

Les galeries marchandes accueillent régulièrement des locataires temporaires, vendeurs au détail venus le temps d'un marché d'été ou de Noël. Ce commerce éphémère, également appelé Specialty Leasing, participe à l'animation des centres commerciaux. Mercialys en a fait une activité à part entière, industrialisée, organisée, professionnalisée et génératrice de revenus en croissance régulière.

Les événements, lançements ou présentation de produits, salons thématiques, bénéficient de la fréquentation habituelle du centre commercial, mais ils contribuent également à enrichir et renouveler ponctuellement son offre, donc à générer du trafic supplémentaire pour l'ensemble des commerçants.

En 2012, l'activité de Specialty Leasing a dégagé un montant record de loyers facturés de 4,3 millions d'euros (en croissance de +9% par rapport à 2011), soit un chiffre d'affaires 7 fois plus élevé qu'en 2005, année de création de Mercialys.



Le centre commercial comme moyen de communication

Mercialys ne se contente pas de louer des panneaux d'affichage dans le périmètre de ses centres commerciaux. Ses équipes ont élaboré une offre publicitaire et événementielle structurée, clé en main pour les annonceurs et leurs agences.

Le centre commercial crée l'événement et devient un véritable media, à la fois multi-supports et pluri-sensoriel. Les clients découvrent de nouveaux produits, testent, goûtent. Ils partagent de nouvelles sensations relayées par la radio du centre... Cette offre inédite permet à Mercialys de mener des opérations de qualité et d'augmenter à la fois les revenus locatifs et la fréquentation de ses centres.

Une fenêtre sur le monde pour les e-commerçants

Pionnière en matière de cross canal, Mercialys offrira au premier semestre 2013 - et en avant-première mondiale - une solution concrète et clé en main associant le commerce virtuel et le commerce physique pour les e-commerçants en quête de visibilité et de contact avec leurs clients. Le centre commercial deviendra pour eux la fenêtre sur le monde physique où les clients peuvent voir et dialoguer avec un vendeur, profiter d'offres exclusives, passer commande et se faire livrer.



Mercialys dénicher les nouveaux talents du commerce

Toujours désireuse de garder un temps d'avance sur son époque et de se différencier, Mercialys est membre associé d'Investessor, le premier réseau de Business Angels de l'hexagone et membre de France Angels.

Son objectif est de dénicher, dans le millier de dossiers de porteurs de projets reçu chaque année, les talents, les nouvelles technologies qui lui permettront d'accentuer sa différenciation et de faire éclore de nouvelles opportunités de croissance pour demain.



La valorisation d'un savoir-faire



Au-delà de son cœur de métier de foncière, Mercialys développe avec opportunisme de nouvelles activités créatrices de valeurs en nouant notamment des partenariats dans le cadre de créations de fonds d'actifs commerciaux.

Co-investisseur minoritaire avec une participation limitée dans le fonds, l'objectif de Mercialys est d'être l'opérateur du fonds et d'apporter son savoir-faire en matière d'*asset management*, de commercialisation et de *sourcing*.

En étant l'opérateur de ces fonds, Mercialys perçoit à la fois des revenus complémentaires et optimise le rendement de ses fonds propres investis amélioré par un double effet de levier et protégé contre l'inflation.



Un nouveau partenariat prometteur avec Amundi Immobilier

En 2012, Mercialys et Amundi Immobilier se sont rapprochés en vue de créer un fonds d'actifs commerciaux de taille moyenne. Pour rappel, Amundi Immobilier est issu du rapprochement des activités de gestion d'actifs immobiliers pour compte de tiers des groupes Crédit Agricole et Société Générale.

Ce fonds compte acquérir, dans un premier temps, quatre actifs détenus par Mercialys à Montauban, Valence 2, Angoulême et Paris Saint-Didier. Ce partenariat gagnant-gagnant permet à Mercialys de céder des actifs qui ne sont pas en ligne avec sa nouvelle stratégie de Foncière Commerçante mais qui offrent un taux de rendement attractif pour Mercialys et son ou ses partenaires dans le cadre d'un fonds levragé. Par ailleurs, Mercialys fait bénéficier au fonds de sa connaissance et de son expertise sur les actifs cédés en continuant à assurer l'*asset management* et la commercialisation dans le cadre de contrats de prestations de services conclus avec le fonds.

Ces activités pour compte de tiers permettront à Mercialys de bénéficier de revenus additionnels issus des prestations de services fournies et des dividendes perçus.

Partenariat avec Union Investment : une première opération réussie à Bordeaux-Pessac

En 2011, le gérant de fonds allemand, Union Investment, a fait appel à l'expertise de Mercialys pour se développer en France dans le secteur de l'immobilier de commerce. De cette initiative est né un partenariat. Ensemble, les deux sociétés ont créé un fonds 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, Mercialys apporte son savoir-faire en matière d'*asset management*, de commercialisation, de *sourcing* et de développement.

L'OPCI a réalisé une première acquisition en 2011 d'un ensemble commercial situé à Bordeaux-Pessac incluant une extension du centre existant vendue en l'état futur d'achèvement à l'OPCI. Mercialys a développé cette extension qui accueille 30 nouvelles boutiques au concept L'Esprit Voisin et l'a livrée à l'OPCI fin novembre 2012. Cette opération de promotion réussie a généré pour Mercialys une marge de promotion de plus de 10 millions d'euros avant impôt auxquels s'ajoutent les honoraires de prestations de services (en matière d'*asset management*, de commercialisation et de conseil) facturés par Mercialys à l'OPCI.

Au 31 décembre 2012, l'ensemble commercial détenu par l'OPCI à Bordeaux-Pessac représentait une surface de 20 300 m² et une valeur vénale, droits inclus, de près de 85 millions d'euros.



Conception & réalisation  **Labrador** +33 (0)1 53 06 30 80

Rédaction : Jeannine Pelletier - Luc Charbonnier

Crédit photos :

David Pell

Christophe Bertolin

Marion Staderoli

Agence Appa

Sun Photos

Fabrice Lépassier

Patrice Laurent / Studio Agena

Alfred Cromback

Luis Ferrero

Frédéric Garrigues / Studio Fegari

Daniel Gillet

Alexis Frespuech

Thinkstock - Fotolia



Ce papier est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.



148, rue de l'Université
75007 Paris
Tél. : +33 (0)1 53 70 23 30
E-mail : contact@mercialys.com

www.mercialys.com

