



Bienvenue chez vous

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2013



NOTRE GROUPE

PROFIL

- 02 Le message du Président
- 06 La Gouvernance
- 08 2013, revue de détails
- 10 Les chiffres clés



Valorisation

NOS VALEURS

L'ESPRIT VOISIN, IL A L'AVENIR DEVANT LUI

- 14 Il donne le sourire à nos centres commerciaux
- 16 Ces services qui rendent la vie agréable
- 18 Un engagement dans toutes ses dimensions
- 20 Nos réalisations 2013
- 22 Nos projets 2014



Convivialité

NOTRE ACTUALITÉ

L'ART DE CULTIVER NOTRE DIFFÉRENCE

- 34 Une vision à 360° pour des espaces globaux et différenciants de commerce
- 36 Un concept unique créé par Mercialis et Cdiscount
- 38 Commerce éphémère
Des centres qui évoluent avec leur temps



Choix



Qui sommes nous ?

Mercialys est l'une des principales sociétés foncières françaises. Son métier est de valoriser, transformer et animer des centres commerciaux. La société développe cette expertise depuis 2005, année de sa création par Casino, qui reste son partenaire clé.

A fin 2013, Mercialys détenait 91 actifs incluant 61 centres commerciaux pour une valeur de 2,5 milliards d'euros.

Depuis octobre 2005, Mercialys est cotée sur le compartiment A d'Euronext Paris sous le symbole MERY. En décembre 2009, la société a fait son entrée au SBF 120. Elle bénéficie du régime des sociétés d'investissements immobiliers cotées (SIIC).

L'Esprit Voisin, l'ADN de Mercialys

Le modèle de Mercialys repose sur un positionnement extrêmement fort, novateur et fédérateur, qui incarne l'identité de l'entreprise : L'Esprit Voisin. L'Esprit Voisin est une façon très différenciante de concevoir et d'animer les centres commerciaux. Il unit les équipes de Mercialys, nos partenaires - enseignes et commerçants - ainsi que nos clients dans une même façon d'envisager le commerce fondée sur la proximité. L'Esprit Voisin a donné son nom à un très ambitieux programme de transformation de notre patrimoine, le programme L'Esprit Voisin, véritable moteur de la création de valeur de la société.

Une stratégie gagnante qui se renforce encore

Mercialys poursuit la stratégie qui lui a réussi depuis sa création en s'appuyant sur ce qui fait sa force : L'Esprit Voisin, son approche de création de valeur unique et son esprit entrepreneurial au service du commerce et de l'innovation. En développant des façons de faire du commerce différentes et complémentaires, Mercialys vise à renforcer l'attractivité des sites et optimise leur commercialité.

Résolument centré sur le client, le positionnement de Mercialys s'adapte en permanence à l'évolution du commerce et aux nouveaux modes de consommation tournés vers la proximité.



Aller encore plus loin dans sa stratégie, c'est l'ambition de Mercialys



Message d'

Éric Le Gentil

Président-Directeur Général
de Mercialys



En 2013, dans un environnement économique complexe, Mercialys a su une fois encore démontrer la pertinence de son modèle en présentant un niveau d'activité et des résultats parmi les meilleurs du secteur, avec notamment une croissance organique des loyers de +3,7 %. Nos centres sont plus que jamais attractifs pour nos clients et pour les enseignes qui nous font confiance.



L'Esprit Voisin et la dynamique de création de valeur, les clés de notre modèle

Nous croyons à notre modèle et notre projet est de le développer plus avant. Trois éléments-clés, qui ont permis le succès de la stratégie développée depuis maintenant huit ans, se détachent clairement.

Mercialys a créé un positionnement novateur et unique : L'Esprit Voisin, aujourd'hui reconnu et plébiscité par nos clients, les enseignes et la profession. Plus qu'un concept, L'Esprit Voisin est une façon d'envisager le commerce avec le client comme point d'ancrage. C'est devenu la marque de reconnaissance de notre société, son ADN. Au cœur de notre réussite, L'Esprit Voisin restera bien sûr le fondement du développement de la société.

La stratégie gagnante de Mercialys, nous la devons également à l'approche dynamique de création de valeur que nous avons mise en œuvre sur nos sites. Nous sommes des spécialistes de l'asset management actif des centres commerciaux, ce qui permet de générer une croissance organique soutenue année après année. Grâce à un ambitieux programme de transformation de nos centres, nous refaçons notre portefeuille pour développer un nouveau potentiel de croissance. Etendus, restructurés et rénovés, nos sites bénéficient d'une offre commerciale étoffée, intégrant notamment de nouvelles enseignes leaders, génératrices de flux.

Depuis 2010, Mercialys mène également une politique de cessions d'actifs ciblée sur des actifs matures ou n'ayant pas la taille adéquate pour développer une dynamique forte en terme d'attractivité. Ce processus de recentrage du portefeuille a permis d'augmenter la taille moyenne des centres de Mercialys et de renforcer leur attractivité dans leur zone de chalandise.



Amplifier notre stratégie en s'appuyant sur nos valeurs

Dans notre métier, plusieurs modèles sont possibles et peuvent naturellement cohabiter. Il n'y a pas de modèle unique.

Avec les équipes de Mercialys, nous avons des convictions et souhaitons les faire partager. Nous croyons à un ancrage synonyme de proximité, à un développement local compatible avec le développement numérique mondial. Nous croyons à la force de nos centres intégrés à leur environnement, respectueux des enseignes. Nous croyons à un développement créateur de valeur, conduit dans des villes moyennes, fondé sur une démarche différenciée, à la fois personnalisée et industrialisée.

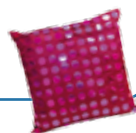
Ces fondamentaux solides nous permettent d'aborder une nouvelle phase. Notre portefeuille de sites est recentré sur des actifs pertinents avec notre concept de Foncière Commerçante. L'Esprit Voisin est un positionnement puissant et différent. Nous disposons d'actifs porteurs, recelant un potentiel de revalorisation. Notre structure financière est solide et nous laisse des marges de manœuvre pour réaliser cette stratégie.



DÉVELOPPER UNE VISION À 360° AUTOUR DE CENTRES GLOBAUX ET DIFFÉRENCIANTS

Notre ambition est de faire de nos sites des espaces de commerce globaux et différenciants, en nous appuyant sur ce qui rend Mercialys unique et sur nos partenaires, en premier lieu le groupe Casino.

Dans la logique de la Foncière Commerçante, nous développons une vision à 360° pour faire du commerce autrement à l'échelle d'un site, et pour développer tout son potentiel. Chaque site sera traité dans son ensemble pour optimiser la commercialité de toutes les surfaces. Ainsi nous pourrions restructurer des moyennes surfaces et les déplacer sur les parkings pour créer de la valeur locative additionnelle, concevoir et développer de nouvelles formes de commerces complémentaires et différenciantes pour les enseignes pour enrichir notre offre. Les livraisons de projets L'Esprit Voisin continueront également à enrichir l'offre et à renforcer le positionnement des sites.



Nos clients toujours au cœur de notre activité

Le développement de nos centres et de leur offre repose avant tout sur la place centrale donnée à nos clients.

Il nécessite une connaissance approfondie, multicritères et locale du positionnement de nos sites, de nos concurrents et de la démographie et une analyse des besoins non satisfaits pour adapter en permanence le plan merchandising. Cette approche se nourrit et s'enrichit de nouveaux formats, de nouveaux concepts et de nouvelles enseignes pour répondre aux attentes de nos clients par une offre diversifiée.

L'Esprit Voisin sera modernisé avec des formes de commercialité originales, plus de services marchands, un mobilier adapté à l'évolutivité des centres, des événements encore plus chaleureux, une interactivité plus forte avec nos clients. Ce renouvellement indispensable et permanent, fondé sur l'ancrage local, une architecture moderne et attractive, un engagement citoyen permettra de conserver cette différenciation qui fait la force de notre modèle.

Enfin, le renforcement de notre stratégie multicanal liant encore plus étroitement commerce physique et commerce numérique contribuera à développer le trafic dans nos centres.





Croissance, attractivité et différenciation : le credo de Mercialys

En 2014, avec les équipes Mercialys, nous allons poursuivre notre développement fondé sur la croissance, l'attractivité et la différenciation.

La croissance sera soutenue dans les années à venir par la poursuite de l'extraction du potentiel de réversion, le développement de projets L'Esprit Voisin sur nos centres commerciaux et une offre commerciale diversifiée. 10 sites adopteront en 2014 L'Esprit Voisin, soit 26 100 m² créés ou restructurés pour 8,1 millions d'euros additionnels.

Avec le développement de nouvelles formes de commerce, nous comptons renforcer notre offre pour rendre nos centres toujours plus attractifs. Ainsi, le Commerce Ephémère, devrait prendre une nouvelle envergure et continuer à essaimer dans plusieurs de nos centres sous de multiples formes. Véritable « plus » commerçant multi-facettes, il renforce la commercialité de nos centres, crée de la valeur et des revenus récurrents avec des investissements minimes, génère du trafic supplémentaire, propose à nos clients une offre singulière qui se renouvelle sans cesse et associe grandes enseignes comme commerçants locaux.

La différenciation s'appuiera sur notre positionnement de proximité et nos partenariats privilégiés pour répondre aux besoins de nos clients qui évoluent sans cesse. A titre d'exemple, Mercialys va notamment s'associer avec Cdiscount, le leader français du e-commerce pour proposer une offre unique de « click & collect », et enrichir son approche multicanal. Pour chacun de nos sites, ce sera l'opportunité de présenter l'offre de nos centres aux clients internautes, d'imaginer du cross-selling en mettant en avant des produits disponibles chez les commerçants, de valoriser des actions marketing et promotionnelles. Nous renforcerons également les temps forts de nos centres commerciaux en utilisant les outils innovants et multicanaux que nous avons créés, tout en laissant une grande latitude aux initiatives locales.

10 sites
adopteront en 2014
L'Esprit Voisin
26 100 m²
créés ou restructurés
8,1 millions d'euros
additionnels



Une foncière résolument commerçante

Pour 2014 et les années à venir, Mercialys entend rester une foncière résolument commerçante.

Imaginatif au présent et tourné vers le futur, en adaptation constante avec les attentes d'aujourd'hui et les évolutions de demain, malin et réactif, simple et différent, notre modèle se veut un véritable moteur de création de valeur.

En nous montrant plus présents, plus actifs, plus créatifs, nous voulons que nos centres soient plus que jamais des lieux palpitants de vie, de commerce et de lien social.



La Gouvernance

L'équipe de direction



ERIC LE GENTIL

Président-Directeur Général

VINCENT REBILLARD

Directeur Général Délégué

VINCENT RAVAT

Directeur Général Adjoint

MARIE-FLORE BACHELIER

Directeur Administratif
et Financier

Le Conseil d'administration



Le Comité des nominations et des rémunérations

Eric Le Gentil

Président-Directeur Général
de Mercialys

Anne-Marie de Chalambert*

Administratrice de sociétés

Elisabeth Cunin-Dieterlé*

Présidente du directoire
du Groupe Camaieu

Marie-Christine Levelt*

Directrice Associée
de la société Jaina Capital

Bernard Bouloc*

Professeur agrégé
de Droit privé

Jacques Dumas

Directeur Général Adjoint
de la société 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

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

Bernard Bouloc*

Président du Comité
Professeur agrégé de Droit privé

Anne-Marie de Chalambert*

Administratrice de sociétés

Elisabeth Cunin-Dieterlé*

Présidente du directoire du Groupe Camaieu

Yves Desjacques

Directeur des Ressources Humaines
du Groupe Casino

Michel Savart

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

**SANDRINE ABIHSSIRA**

Directrice Commerciale

BRUNO DUGASDirecteur Exploitation
Asset Management**NICOLAS FAIVRE**Directeur de la Valorisation
Asset Management**THIERRY AUGE**Directeur
des Ressources Humaines

Le Comité d'audit — Le Comité des investissements

Philippe Moati*Président du Comité d'audit
Professeur à l'Université Paris VII
et Coprésident de l'Observatoire
Société et Consommation - L'ObSoCo**Bernard Bouloc***

Professeur agrégé de Droit privé

Jacques DumasReprésentant de l'actionnaire de référence
Directeur Général Adjoint
de la société Euris**Anne-Marie de Chalambert***Présidente du Comité
Administratrice de sociétés**Marie-Christine Levelt***

Directrice Associée de la société Jaïna Capital

Antoine Giscard d'EstaingReprésentant de l'actionnaire de référence
Directeur Financier du Groupe Casino**Eric Le Gentil**Président-Directeur Général
de Mercialys**Michel Savart**

Président-Directeur Général de la société Foncière Euris



* Membre indépendant

2013

revue de détails



A l'occasion du SIEC 2013, Mercialys a reçu le **Trophée CNCC de la meilleure rénovation 2012 pour son centre commercial Glann Odet** à Quimper. Une récompense qui distingue la qualité architecturale de ce centre et les innovations mises en œuvre, tel le Solarwall qui permet d'économiser intelligemment de l'énergie.



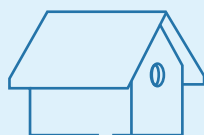
1^{er} semestre

18 Juin

17 Juillet

- Livraison de quatre nouvelles moyennes surfaces sur le centre **Duparc de Sainte Marie de La Réunion** qui sont venues renforcer ce site leader de l'île de La Réunion.
- 17 centres déployés au concept **Foncière Commercante**.
- Finalisation du **programme de cessions** initié en 2012 visant au recentrage du portefeuille autour des actifs les plus pertinents avec la stratégie de l'entreprise : **232 millions d'euros de cessions** ont été réalisés en 2013.
- Suite aux cessions réalisées, Mercialys a procédé au **remboursement anticipé de 250 millions de dette bancaire**, ramenant celle-ci à 750 millions d'euros contre 1 milliard d'euros au 31 décembre 2012. Mercialys renforce ainsi sa solidité financière tout en optimisant le niveau de ses frais financiers.
- Le plan de cession a permis de verser aux actionnaires le 28 juin 2013 une seconde distribution exceptionnelle de 0,63 euro par action qui s'ajoute au dividende courant de 0,93 euro par action versé au titre de 2012. Pour la seconde année consécutive, Mercialys procède ainsi à une **distribution exceptionnelle de dividendes à ses actionnaires**.

Eric Le Gentil a été nommé **Président-Directeur Général de Mercialys**, le 17 juillet dernier. Il était déjà Président du Conseil d'Administration depuis le 13 février 2013 et administrateur auparavant pendant plus de 5 années.





Duparc Retail Park



A **Clermont Ferrand**, l'extension du magasin **H&M**, véritable locomotive du site, a été ouverte aux visiteurs du centre afin de leur proposer un accès encore plus large aux dernières tendances de la mode.

L'Esprit Voisin poursuit son déploiement avec **10 nouveaux programmes lancés pour une livraison en 2014**. A la clé : le renforcement de l'offre et du positionnement des centres d'Aix-en-Provence, d'Albertville retail park et galerie marchande, d'Angers, d'Annemasse, de Besançon, de Clermont-Ferrand, de Lanester, de Nîmes et de Saint-Paul de La Réunion.

Octobre — Novembre — 4^{ème} trimestre

Comme chaque année, Mercialys était présente au **MAPIC** (Marché International Professionnel de l'Implantation Commerciale et de la Distribution), l'occasion de présenter Toulouse Fenouillet, Le Grand Village. Ce centre de 150 magasins et 78 000 m², situé au nord de la ville, invite à une ballade où les surprises se succèdent pour une découverte shopping orientée plaisir.



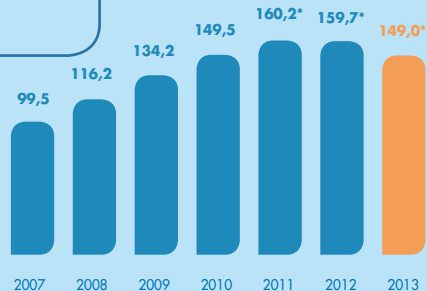
Albertville

Les chiffres clés

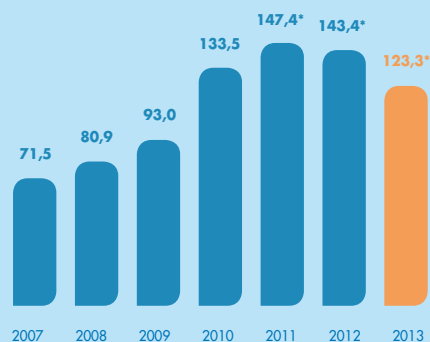
2 465 M€

valeur d'expertise totale (droits inclus)

Revenus locatifs (en millions d'euros)

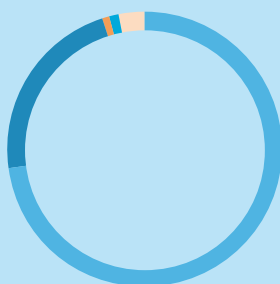


Resultat net part du groupe (en millions d'euros)



* Proforma suite à l'application anticipée des normes IFRS 10, 11 et 12

Répartition du portefeuille (en % de la valeur d'expertise au 31/12/13)



73 %

Grands centres régionaux et commerciaux (25 sites)

22 %

Centres locaux de proximité (36 sites)

1 %

Actifs en développement

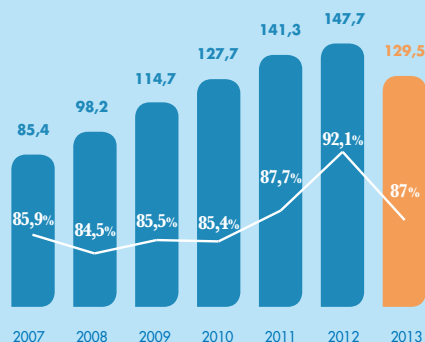
1 %

Cafétérias indépendantes (7 sites)

3 %

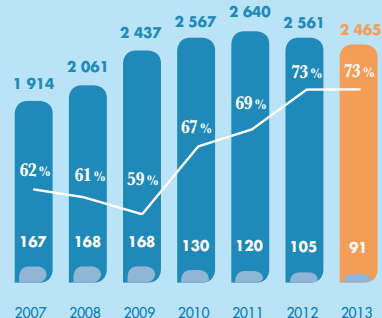
Autres (23 sites)

EBITDA (en millions d'euros)



■ EBITDA
— EBITDA/revenus locatifs

Patrimoine (Droits inclus) (en millions d'euros)



■ Patrimoine en million d'euros
■ Nombre total d'actifs
— Part de grands centres régionaux et commerciaux (en % de la valeur d'expertise droits inclus au 31/12/2013)

+ 4,4 %

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

* Résultat net part du Groupe hors amortissement, plus-values de cession, dépréciations d'actifs et contribution additionnelle à l'IS de 3%. Retraité des loyers des actifs cédés en 2012 et 2013.

Mercialys en Bourse



16,49 €

cours de clôture au 28/02/14

Répartition du capital (en %, au 28 février 2014)



40,16 %

Casino

8,01 %

Groupe Generali

51,57 %

Public

0,26 %

Auto-contrôle

Dividende net et rendement par action (en euro)



■ Dividende net par action

— Rendement de l'action sur le cours moyen de l'année

* Dont 0,34 euro d'acompte par action versé en juin 2013; sous réserve de l'approbation de l'Assemblée générale du 30 avril 2014.

Nombre d'actions en circulation au 31/12/13 : 92 049 169

Capitalisation boursière : 1 517,9 millions d'euros au 28/02/2014

Secteur d'activité : participation et promotion immobilière

Entrée au SBF 120 : le 18/12/09

Indice principal : CAC All Shares

Marché : Euronext compartiment A

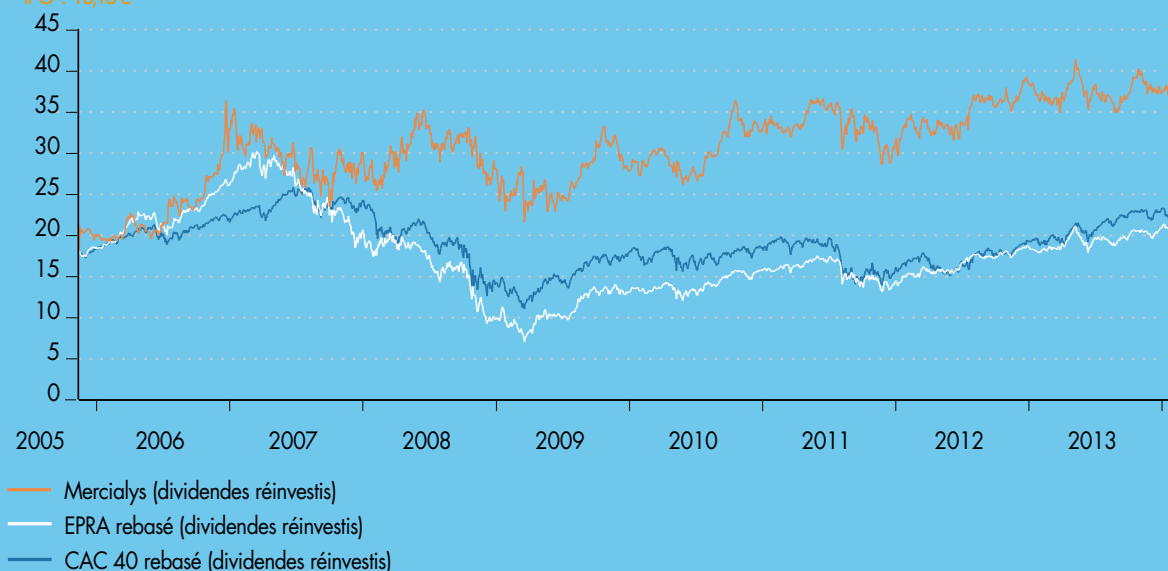
Place de cotation : Euronext Paris

Éligibilité PEA/SRD : non/oui

Performance relative de l'action Mercialys

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

IPO : 18,13€

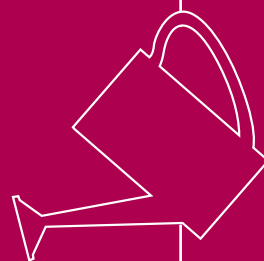




L'Esprit Voisin, il a l'avenir devant lui

La première fois qu'on a parlé de L'Esprit Voisin, c'était en 2006. Deux mots singuliers qui venaient bousculer le petit monde de l'immobilier commercial. Un concept différent qui allait vite prouver ce qu'il avançait.

Car très vite, au fur et à mesure que le programme de rénovation, de restructuration, et d'extension des centres commerciaux Mercialys faisait son chemin, L'Esprit Voisin a donné à voir, à sentir, à goûter. Les centres commerciaux se mettaient à la couleur. Ils adoptaient les matériaux du pays. Ils prenaient l'accent local. Ils faisaient pousser les arbres et les fleurs du coin. Ils proposaient des flâneries shopping différentes. Ils s'adressaient à tous et à chacun, aux jeunes et à ceux qui le sont moins, aux familles, aux passionnés de mode, aux amoureux de la déco, aux technophiles avertis, le tout dans une ambiance et une atmosphère détendues et conviviales.





L'Esprit Voisin n'a pas encore 10 ans

Il a su plaire à nos clients, à nos partenaires commerciaux. Il a su nous faire avancer. Et surtout, nous sommes convaincus que le plus beau est à venir. Dans les prochaines années, il va évoluer, se réorienter sur ses principales valeurs, s'adapter aux nouvelles attentes et aux contraintes du marché. Mais une chose ne changera pas : il restera le socle de notre philosophie, de notre différence, de ce qui fait que nos centres ne ressemblent à aucun autre.





Il donne le sourire à nos centres commerciaux



PARTOUT COMME CHEZ LUI

L'Esprit Voisin se sent toujours bien là où il vit. C'est sans doute ce qui le distingue en premier d'autres « concepts » commerciaux. Cette manière de s'identifier à une ville, à une région, à ses habitants. Cette façon d'adopter les coutumes et les savoir-faire locaux, de magnifier l'architecture et l'environnement des alentours dans ce qu'ils ont de plus singulier. Dans le Sud, L'Esprit Voisin se fera soleil, couleurs, parfums, lumière. En montagne, il aura la solidité de la pierre, la noblesse du bois. Au bord de la mer, il évoquera les bateaux qui prennent le large. A la campagne, il pourra essaimer à travers des ruches, des plantes ou des arbres.



On pourrait parler de culture, d'ADN, de carte d'identité, de philosophie, de credo, de signature unique en son genre, souvent imité, jamais égalé... Ces mots sont adaptés pour définir L'Esprit Voisin qui incarne Mercialys. Mais on pourrait tout aussi bien parler des paysages qui se reflètent dans chaque centre, des fleurs et idées qui poussent pour embellir le quotidien, des services qui rendent vraiment service, des marques qui se démarquent et se remarquent, des gestes échangés, des endroits où l'on peut rêver, manger, rire ou faire une pause pendant son shopping, et surtout des gens qui font vivre nos centres ou viennent y faire un tour pour partager un moment shopping inégalé.



Des signes de connivence qui se remarquent

Car plus qu'un style, L'Esprit Voisin est d'abord une manière d'être et de faire qui se voit instantanément, à l'extérieur comme à l'intérieur de nos centres. Les grands portails, les totems, boîtes aux lettres colorés, les larges allées piétonnières arborées, le paillason qui souhaite la bienvenue se sont imposés comme ses emblèmes chatoyants et ludiques. Car L'Esprit Voisin est signe de bonne humeur, de plaisir et de convivialité. Autant d'attentions et de détails qui font que nos centres partagent un air de famille sans se ressembler.



Les enseignes qui ont choisi nos centres pour leur première installation sur la ville :



De vous à nous

Mais surtout L'Esprit Voisin est à échelle humaine, à hauteur d'hommes, sans que ces expressions ne soient galvaudées. L'Esprit Voisin pense à l'environnement et à autrui, adopte une attitude responsable et citoyenne. Il s'adresse aux hommes et aux femmes qui travaillent dans nos centres. Il implique nos partenaires, commerçants locaux ou enseignes nationales et internationales qui nous font confiance. Il parle à celles et ceux qui viennent nous rendre visite en voisins, en tant que clients. Des clients qui sont toujours au cœur de nos préoccupations. En permanence, à travers L'Esprit Voisin, nous cherchons à deviner ce qui leur fera envie, ce qui saura leur plaire. Nous cherchons à anticiper leurs attentes futures.



L'ESPRIT VOISIN CHARME LES MARQUES

Depuis sa création, L'Esprit Voisin séduit les enseignes, attire de nouveaux concepts. Ainsi, Apple a choisi le centre de Chateaufarine pour s'implanter pour la première fois à Besançon ; Hema faisait de même à Espace Anjou à Angers. Hammersmith a réalisé sa première implantation dans le portefeuille Mercialys au centre Nacarat, à Clermont-Ferrand. A Cap Costières à Nîmes, H.E. by Mango a développé son nouveau concept.



Ces services qui rendent la vie agréable



Mercialys cherche aussi à apporter à ses clients une large gamme de services, du plus simple au plus innovant, pour qu'ils se sentent vraiment chez eux. Car que l'on soit grand ou petit, adolescent ou senior, célibataire ou en famille, chacun a besoin de ce petit « plus » qui sur le moment peut lui rendre la vie plus facile et plus belle. Le wifi, gratuit partout, parce que certains emails ne peuvent pas attendre. Une aire de jeux parce que les enfants ont besoin de rire et de se dépenser.



Un coin repos parce qu'il y a un moment pour tout, même se reposer. Une nurserie parce qu'on ne peut pas toujours tout prévoir pour son petit-dernier. Un « Rendez-Vous » central, visible et clairement identifié, parce qu'il est parfois nécessaire d'avoir un conseil pour s'orienter dans le centre ou des horaires de bus quand on doit rentrer à la maison.





« ET VOUS EN PENSEZ QUOI ? »

Ces multiples attentions riment aussi avec fidélisation. Récompenser nos clients nous semble une évidence. C'est pourquoi Mercialys est partenaire du programme multi-enseignes S'Miles auquel participent 15 centres. Grâce à leur carte de fidélité, plus de 32 000 clients cumulent des points transformables, à partir d'un certain palier, en bons d'achat valables dans les boutiques de nos centres.

Nous saisissons également toutes les occasions pour entretenir des contacts réguliers avec nos clients, en dehors de leurs visites dans nos centres. Car tout est bon pour dialoguer avec eux, recueillir leurs idées, avoir leur point de vue, savoir ce qu'ils attendent de nous, de leur centre et des boutiques qui l'animent. Des enquêtes de satisfaction sont conduites régulièrement pour connaître leur avis sur de multiples sujets : la qualité des services ou des animations, le choix proposé, la praticité ... Ils peuvent aussi s'exprimer en déposant leurs suggestions dans la boîte à idées du centre ou sur son site Internet.



La proximité 2.0

On l'aura compris, le lien avec les clients est essentiel chez Mercialys. Et quand ils passent à l'ère numérique, Mercialys y passe aussi. Tous les moyens sont bons pour réinventer la proximité, pour la consolider et se montrer toujours plus à leurs côtés. Web, réseaux sociaux, applications mobile, nous utilisons tous les canaux pour enrichir nos contacts avec eux.

Ils souhaitent profiter des promotions ? Ils veulent savoir où se trouvent une enseigne ? Ils souhaitent consulter leur nombre de S'Miles ? Ils ont envie de participer à un jeu concours ? Rien de plus simple, rien de plus immédiat. Que ce soit depuis les sites Internet de chaque centre, les pages Facebook dédiées ou l'application mobile « Mon Centre », les clients ont accès à toutes les informations dont ils ont besoin, chez eux comme dans les centres.

La plupart de ces actions sont pilotées directement par les centres qui diffusent ainsi des messages ciblés et qualifiés. Elles peuvent également être mises en ligne par les enseignes nationales et les commerçants locaux à travers un extranet dédié. Autonomes, les enseignes peuvent gérer leur interaction avec les clients.



Un engagement dans toutes ses dimensions



L'engagement de Mercialys en faveur du développement durable est ancien et concret. A l'image de L'Esprit Voisin, il se traduit par des actions de proximité dont l'impact est d'abord local. Et surtout, il ne se limite pas à la seule dimension environnementale, la plus communément partagée, mais s'intéresse également aux problématiques économiques et sociales, autres piliers du développement durable.



Comment nos clients viennent chez nous...

83 % en voiture ou moto

10 % à pied ou à vélo

7 % en transport en commun

66 % de nos centres desservis par les transports en commun

Des déplacements dans l'air du temps

Un centre commercial génère des émissions de gaz à effet de serre dont la majeure partie est liée aux déplacements des visiteurs. En 2013, seulement 17 % de nos clients sont venus nous rendre visite à pied, à vélo ou en transports en commun. C'est pourquoi Mercialys favorise tout ce qui peut rendre les déplacements plus doux et plus respectueux de l'environnement.

Pour les « fans » de la bicyclette, les pistes cyclables sont prolongées sur les parkings. Une fois arrivés à destination, ils trouvent des abris à vélos le long des entrées. Pour ceux passés à l'électricité ou à l'hybride, des bornes les attendent sur les parkings pour recharger les batteries de leurs véhicules. Certains ont déjà adopté le covoiturage ? Des places leur sont réservées, repérées par une signalétique spécifique, et les sites Internet des centres leur indiquent comment se mettre en relation. Et en matière de transports en commun, Mercialys entretient un dialogue permanent avec les élus locaux. Au centre Val Semnoz à Seynod, nos clients peuvent aussi connaître en temps réel, dans la galerie marchande, les horaires des bus.



Faire reculer les discriminations

Chez Mercialys, la parité se pratique au quotidien. 47 % de notre effectif est féminin. 20 % des administrateurs sont des femmes. De quoi occuper le 7^{ème} rang du palmarès de la féminisation des instances dirigeantes des entreprises du SBF 120, réalisé à la demande du Ministère du Droit des Femmes.

En matière de lutte contre les discriminations, Mercialys recourt également aux services des entreprises du secteur adapté afin de favoriser l'emploi de personnes handicapées. Ainsi, le centre commercial Cap Costières à Nîmes a reçu un prix remis par EDF et l'APAJH (Association pour Adultes et Jeunes Handicapés) pour avoir confié l'entretien de ses espaces verts à une entreprise de ce type.



OUVRIR LA VOIE

Mercialys s'investit activement pour promouvoir le développement durable dans son secteur d'activités. Au sein des commissions dédiées d'instances professionnelles, telles la FSIF (la Fédération des Sociétés Immobilières et Foncières) et le CNCC (Conseil National des Centres Commerciaux), nous partageons nos bonnes pratiques. C'est aussi l'occasion d'initier et de réaliser des projets communs comme le guide de reporting RSE (Responsabilité Sociale Entreprise) élaboré en 2013 en collaboration étroite avec trois autres foncières.



Des idées pour l'emploi

Pour favoriser la création d'emplois et contribuer au développement économique local toutes les bonnes idées sont les bienvenues. Au centre du Phare de l'Europe à Brest, la seconde édition du Forum de l'emploi a été organisée en partenariat avec Pôle Emploi. A Cap Costières à Nîmes, le centre a mis en place comme chaque année deux journées *jobs dating* pour répondre aux besoins des enseignes avant les fêtes et les soldes. Plus original encore, un « jeu de piste de l'emploi » a mobilisé le centre Nacarat à Clermont-Ferrand. Les personnes à la recherche d'un emploi étaient accompagnées par des professionnels et obtenaient des renseignements à toutes les étapes de leur recherche, notamment la candidature et la préparation des entretiens.

Forum de l'emploi à Brest

30 offres d'emplois proposées

126 entretiens réalisés

20 entreprises participantes

Journées *jobs dating* à Nîmes

40 % des postes proposés pourvus



Centre Duparc de La Réunion un nouveau rayonnement



+ 2 500 m²

+ 4 moyennes
surfaces

4,4 MWc
d'énergie solaire



Le 15 mai dernier, c'était un jour spécial au centre Duparc de Sainte-Marie de La Réunion. L'extension de 2 500 m² réalisée sur deux niveaux, accueillant notamment Prémaman, la Halle aux chaussures et Fitness Duparc, était accessible à nos clients. Une extension qui conforte la position de leader du centre sur Saint-Denis et sa région.

En 2010, le centre Duparc avait déjà connu une étape essentielle de son développement. Situé à Sainte-Marie, en périphérie de Saint-Denis, au cœur d'un espace commercial comprenant notamment un hypermarché Jumbo, le multiplexe Ciné Palmes et un Leroy Merlin, le centre Duparc avait adopté L'Esprit Voisin tout en gagnant en surface. Rénovation complète du site, agrandissement du parking, aménagement de nouveaux accès, 25 nouvelles boutiques sur 8 500 m², dont 4 moyennes surfaces et 5 restaurants : le centre Duparc avait vu grand et mieux, tout en conservant sa dimension humaine et familiale. Des enseignes innovantes, comme Antenne Réunion Boutique, ou à très forte notoriété, comme Intersport, Jules, Esprit, San Marina, lui donnaient un nouveau souffle. Tous les secteurs étaient renforcés, de l'équipement de la maison aux loisirs, en passant par la téléphonie et les services. Une offre complète toujours plus mise en valeur avec la nouvelle extension du site.



Autre élément qui distingue le centre Duparc, sa centrale photovoltaïque, installée sur la toiture et en ombrières sur le parking. Construite par Green Yellow, filiale du Groupe Casino dédiée aux énergies renouvelables, elle permet d'alimenter en électricité près de 1 800 foyers.

Au centre Nacarat de Clermont-Ferrand H&M voit encore plus grand

+ 830 m²



Depuis 2008, le centre Nacarat de Clermont-Ferrand s'est mis à l'heure suédoise. H&M est l'une de ses enseignes phare, l'une de celles qui insufflent une certaine idée de la mode et de ses évolutions à travers des produits de qualité, proposés au meilleur prix.

Le 5 octobre dernier, le centre Nacarat fêtait l'extension de son magasin H&M. 830 nouveaux m² étaient proposés à ses clients.

Désormais, c'est sur plus de 1.500 m² qu'ils peuvent ainsi découvrir les collections H&M dans leur globalité : femme, homme, enfant et future maman. Un signe de confiance de la marque internationale leader envers Mercialis.





Chateaufarine à Besançon

Une belle histoire sans fin

Un centre Mercialis se projette toujours dans l'avenir. C'est notamment la fonction de l'asset management d'imaginer en permanence comment le faire évoluer en continu pour répondre aux attentes de ses clients et des enseignes qui le font vivre. Chateaufarine en est sans nul doute l'une des plus belles illustrations.



14 nouvelles boutiques

+ 2 100 m²86 boutiques
et 10 moyennes surfacesOuverture de l'extension
en novembre 2014

L'Esprit Voisin par excellence

On peut être à la fois grand et intime, attirer chaque année plus de 6 millions de personnes et savoir parler à chacun.

Avec ses près de 40 000 m² de surface commerciale et ses 80 boutiques, Chateaufarine est devenu pour les habitants de la région bisontine une destination shopping pas comme les autres, un lieu de vie et d'envies, la quintessence de L'Esprit Voisin.

En mars 2009, une première rénovation donnait à Chateaufarine cette nouvelle identité qui rend les centres commerciaux Mercialis uniques. 17 nouvelles boutiques étaient créées à la place d'un magasin Leroy Merlin déplacé sur le parking. Longeant trois moyennes surfaces, une promenade shopping était aménagée, lien chaleureux entre l'intérieur et l'extérieur.

Côté architecture, Chateaufarine adopte les matériaux typiques de la région comme le pin et la pierre de Chailluz, pour rendre le centre encore plus familier. Des matériaux que chacun peut voir chez lui ou chez son voisin.

De grandes enseignes nationales et internationales, telle H&M, s'implantaient dans la région pour la première fois. D'autres innovantes ou traditionnelles s'installaient aussi pour composer un bouquet shopping particulièrement attractif et séducteur.

En mars 2010, l'évolution de Chateaufarine était toujours en marche. Une nouvelle restructuration permettait alors d'accueillir André, Armand Thierry et LMV.

L'ensemble de ces transformations a donné à Chateaufarine une nouvelle dimension. Il est devenu centre commercial régional et s'impose comme leader à Besançon.



UNE RÉNOVATION MAJUSCULE

Cette année, le centre poursuit sa dynamique et aborde une troisième extension, toujours inspirée par L'Esprit Voisin. Suite à une réduction de l'hypermarché Géant Casino, ce sont 15 nouvelles boutiques qui vont offrir plus de choix, plus de diversité, plus de plaisir aux habitants de la région. Avec l'arrivée sur le centre, en novembre 2014, de noms synonymes de mode comme Calvin Klein et Timberland, de bien vivre comme Du Bruit dans la Cuisine ou de consommation numérique avec Apple Premium qui s'implantent pour la première fois chez Mercialis. Et ceci n'est qu'un début. Un autre projet, déjà à l'étude, pourrait rendre le centre encore plus séduisant et conforter ainsi son leadership.

Chateaufarine regarde résolument droit devant.



Espace Anjou à Angers

L'art de vivre, l'art de séduire

Chez Mercialys, nous considérons que toutes les opportunités doivent être saisies pour améliorer nos centres, pour les rendre plus attractifs. Quand l'enseigne But a décidé de partir du centre Espace Anjou à Angers, ce fut l'occasion de restructurer ce bâtiment pour implanter de nouvelles enseignes et, ainsi, enrichir l'offre du centre.



+ 5 000 m²
+ 21 nouveaux commerces

37 000 m²
de galerie marchande

110 boutiques
et 5 moyennes surfaces

Ouverture de l'extension
en novembre 2014



La vie de château

Les châteaux des rois de France sur les bords de la Loire, le Cadre Noir de Saumur, les vignobles qui s'épanchent en douceur sur les collines, le ciel bleu et la douceur de vivre... Le Val-de-Loire dispose d'un patrimoine exceptionnel mondialement reconnu, récompensé par le label Patrimoine Mondial de l'Unesco. Il représente une certaine idée de l'art de vivre, entre simplicité et intemporalité, entre gourmandise et authenticité. Un style que reflète à merveille L'Esprit Voisin et que le centre Espace Anjou incarne aussi à sa manière.



Un style à la fois simple et sophistiqué

Centre commercial emblématique de Mercialys, Espace Anjou accueille une clientèle de qualité, séduite par une offre à la fois raffinée et dans l'air du temps, concentré de simplicité et d'intemporalité chic. La rénovation qui sera conduite en 2014 permettra d'affirmer cette identité, de développer une offre shopping en adéquation avec l'envergure régionale du centre. Sa surface commerciale s'agrandira de 5 000 m² pour, au final, se déployer en une galerie marchande de 37 200 m² et gagner ainsi le statut de centre commercial régional. 21 nouvelles enseignes viendront compléter une offre déjà conséquente et variée. Des boutiques aux formats adaptés aux nouveaux concepts plébiscités par les consommateurs déploieront leur créativité. Des grands noms comme Mango, Kaporal's ou encore Hema, pour laquelle ce sera une première implantation dans un centre Mercialys, renforceront le prestige du centre.

Espace Anjou sera rénové dans sa globalité pour afficher une image d'élégance moderne mettant en valeur la douceur de vie angevine et son patrimoine, ses châteaux des Rois de France et ses matériaux tel le schiste ardoisé. Un large parvis, agrémenté d'une aire de repos, et son marché couvert accueilleront les visiteurs.

Trois couleurs simples signeront l'environnement du centre. Le gris anthracite d'une ganse au grain rappelant celui de l'ardoise, le blanc cassé du carrelage, le bleu de France du mobilier et de la signalétique.





1^{er} centre à avoir adopté
L'Esprit Voisin

+ 2 000 m²

10 nouvelles boutiques
et 1 moyenne surface

75 boutiques

Ouverture avril 2014

Les 2 Rivières à Lanester

L'Esprit Voisin continue de plus belle



C'est à Lanester, en périphérie de Lorient, que s'est épanoui pour la première fois L'Esprit Voisin, fin 2008. Le centre commercial était transformé pour accueillir 13 nouvelles boutiques comme Séphora, Camaïeu ou encore l'Atelier du chocolat, dans une atmosphère de proximité et de respect de l'environnement local qui allait faire date.

Six ans plus tard, L'Esprit Voisin est plus que jamais présent au centre Les 2 Rivières. Et parce que cet esprit vit avec son temps, le centre va connaître une nouvelle rénovation qui renforcera sa position de leader au sein de la zone de chalandise de Lorient et Lanester.

La surface de l'hypermarché sera ainsi restructurée pour permettre la création d'un nouveau mail de 2 000 m² de surface commerciale supplémentaire.

11 nouvelles enseignes affirmeront l'offre des 2 Rivières centrée sur l'équipement de la personne et de la maison. Mango, Morgan, Carnet de Vol ou encore Le Bonhomme de Bois, pour la première fois chez Mercialys, seront de nouveaux atouts pour séduire la clientèle locale comme les estivants, qui sont très nombreux à choisir Les 2 Rivières pendant leurs vacances.





Nacarat, à Clermont-Ferrand

Une rénovation tout feu tout flamme

+ 14
nouvelles enseignes

+ 2700 m²

66 boutiques
et 2 moyennes surfaces



Imaginons que l'on fasse un sondage rapide. La question posée : si l'on vous dit nature et Clermont-Ferrand, à quoi pensez-vous ? Il y a fort à parier qu'une très grande majorité des réponses évoquera les volcans de la chaîne des Puy qui dominent la ville et les nombreux cours d'eau qui font de la région l'un des premiers « réservoirs d'eau » français. A l'évidence, les architectes qui ont imaginé la première rénovation du centre Nacarat partageaient ce point de vue.

Et quand la décision est prise de restructurer en 2014 une partie de l'hypermarché du centre, la thématique locale est toujours d'actualité.

Attractif, séducteur, complice, le centre Nacarat le sera plus encore avec cette nouvelle extension. En novembre 2014, 2 700 m² supplémentaires de surfaces commerciales seront proposés aux Voisins Clermontois avec 14 nouvelles boutiques, dont Brice et Hammersmith qui entrent pour la première fois dans le portefeuille Mercialis. Autant de nouveaux atouts qui renforceront sa position de principale destination shopping de Clermont-Ferrand et de ses alentours.



Les 4 Vallées à Albertville En route vers les sommets



Aux pieds des grandes stations alpines de la vallée de la Tarentaise, le centre commercial Les 4 Vallées s'est imposé comme un leader naturel et incontournable. Les gens de la région, comme les vacanciers qui s'apprêtent à chausser les skis, ont pris l'habitude de venir y faire leurs courses ou d'y vivre des moments shopping particulièrement agréables.



Le retail park

+ 2 200 m²

+ 5 nouvelles
moyennes surfaces

Ouverture mars 2014



Les 4 Vallées avaient adopté l'Esprit Voisin en septembre 2011. Architecture inspirée de celle des chalets, choix de la pierre et du bois comme matériaux, le centre se paraît d'une atmosphère résolument montagnarde. Mercialis réalise dans le même esprit une extension du retail park pour y accueillir 5 nouvelles surfaces spécialisées dont Picard, Optical Center, Chocolats Roland Réauté. Mais aussi A la Bonne Heure, le nouveau concept de Cafétéria Casino qui se transfère de la galerie marchande, libérant ainsi sa surface dans la galerie marchande qui sera transformée en 12 nouvelles boutiques. Entre les deux, une passerelle piétonne, promenade sécurisée, agrémentée de haltes invitera les clients à la flânerie.

En novembre 2014, avec 45 boutiques et 9 moyennes surfaces, le centre Les 4 Vallées va atteindre plus que jamais les sommets.



La galerie marchande

+ 12 nouvelles boutiques

45 boutiques
et 9 moyennes surfaces au total

Ouverture novembre 2014

Jas-de-Bouffan à Aix-en-Provence

Plein soleil dans le Sud

+ 4 800 m²

28 nouvelles boutiques

65 boutiques

Ouverture mai 2014
et début 2015

Fruit d'un partenariat avec Altaréa Cogedim, la rénovation de Jas-de-Bouffan à Aix-en-Provence a une saveur particulière, donnant à ce centre situé à l'ouest de la ville une nouvelle dimension. En doublant sa surface commerciale avec 4 800 m² supplémentaires, Jas-de-Bouffan s'affirmera un peu plus comme un pôle d'attraction de dimension régionale, s'inscrivant dans la forte dynamique économique et démographique du Sud-Est.

26 nouvelles boutiques rendront l'offre du centre plus attractive. Plusieurs grands noms rejoindront le centre, tels Subway, Nocibé, Sergent Major et Hippopotamus.

Le Sud, c'est des couleurs, de la lumière et de l'ombre, du bois, de l'eau, toute une palette impressionniste de sensations. A Aix-en-Provence, le centre commercial Jas-de-Bouffan reflètera prochainement en beauté cette atmosphère unique grâce à un vaste projet de rénovation.

Un nouveau mail verra le jour. Une « place de village », située au cœur du centre, deviendra un lieu de rencontres privilégié. La pierre jaune du Gard, le revêtement de sol rappelant les pavés des rues d'Aix-en-Provence, les galets placés le long du mail ou le pin Douglas utilisé pour revêtir les façades témoigneront de l'ancrage local de l'architecture, mais aussi du soin apporté au respect de l'environnement. A ce titre, ce centre vise une certification HQE.

Praz du Léman à Annemasse Extension en altitude

L'Esprit Voisin, c'est aussi l'attention portée à l'architecture, l'environnement, la proximité, l'innovation. Il se traduit aussi dans les mots. A Annemasse, si le centre Praz du Léman porte ce nom, c'est parce que les clients l'ont choisi, « praz » signifiant le « pré » en savoyard.

Mais c'est aussi une question de chiffres. Cette année, Praz du Léman va gagner près de 2 000 m² de surface supplémentaire. Réalisée à partir des réserves de l'hypermarché Géant Casino, l'extension profitera au magasin Décathlon, l'une des locomotives de Praz du Léman, qui doublera sa surface commerciale et pérennisera ainsi sa position au sein du centre.

En novembre 2011, le centre avait connu une première extension et rénovation selon L'Esprit Voisin qui l'avait ancré résolument dans son territoire. Largement inspirée par sa situation entre lac et montagnes, l'architecture faisait la part belle aux matériaux nobles et authentiques, comme la pierre sèche non taillée, aux plantations d'essences locales, à un intérieur fluide et aérien.

Praz du Léman confortait son statut de centre leader sur la zone de chalandise, renforcé aujourd'hui par cette nouvelle extension.



+ 2 000 m²



Cap Costières à Nîmes

La carte de la mode

3 nouvelles boutiques et 1 moyenne surface
+ 2 360 m²

Ouverture septembre 2014



Créé en 2003, Cap Costières s'est imposé comme l'une des références commerciales de Nîmes et de ses alentours. Ses 70 boutiques constituent une destination shopping particulièrement attractive autour d'une offre large et diversifiée, avec une dominante dans l'équipement de la personne, dont H&M, Bershka et Sephora.

Dès septembre 2014, Cap Costières va renforcer son leadership grâce à la restructuration d'une moyenne surface de plus de 2 000 m². Le centre accueillera ainsi 4 nouvelles boutiques, dont Mango, sur 1 000 m². L'enseigne développera son offre femme, enfant et homme et sa gamme H.E. by Mango, une première chez Mercialys.



+ 1 604 m²

+ 9 nouvelles boutiques

100 % d'espace
commercialisé

Saint-Paul Savanna à La Réunion

Un développement en pointe

A la pointe ouest de l'île de La Réunion et située au cœur d'un parc d'activités qui concentre de grandes enseignes comme But, Monsieur Bricolage ou Intersport, la galerie marchande de Saint-Paul Savanna est orientée principalement vers l'équipement de la personne. Elle bénéficie de la proximité d'un hypermarché Jumbo Score, efficace moteur de fréquentation. Le centre attire aussi la lumière grâce aux ombrières photovoltaïques qui protègent les 903 places de parking, tout en assurant l'alimentation en électricité.

Le potentiel de développement du centre reste important, donnant l'opportunité de séduire les 140 000 habitants d'une zone de chalandise unique. Le projet d'extension de Saint-Paul Savanna, conduit en 2014, répondra à cet objectif. 9 nouvelles enseignes, dont Kaporal et Jean-Louis David, s'installeront sur 1 604 m² pour renforcer l'attractivité du centre et mieux répondre aux attentes de ses clients.



L'art de cultiver notre différence

En s'appuyant sur L'Esprit Voisin, en plaçant la création de valeur au cœur de ses actions, Mercialys a transformé son portefeuille tout en générant une croissance organique continue depuis sa création.

Cette stratégie, nous allons l'amplifier, lui donner plus d'élan en misant sur nos atouts, en travaillant plus étroitement avec nos partenaires, le premier d'entre eux étant naturellement le Groupe Casino.





Notre ambition ?

Elle est à la fois grande et modeste. Nous voulons que nos centres soient résolument différents des autres, qu'on les reconnaisse grâce à leur personnalité et tout ce qui les rend inimitables. Nous voulons que nos clients s'y sentent bien. Nous voulons que nos centres proposent des expériences de commerce uniques, réelles et numériques, qu'ils répondent chaque jour aux attentes de nos clients, qu'ils leur fassent vivre et revivre au quotidien des moments shopping incomparables.



Une vision à 360° pour des espaces globaux et différenciants de commerce

Depuis sa création, Mercialys imagine sans cesse de nouvelles façons de faire du commerce, des approches différentes et complémentaires qui apportent une touche originale et différenciante à l'offre existante tout en générant des revenus additionnels. En adoptant une vision à 360° sur chacun de nos sites, nous voulons renforcer et adapter l'offre de nos centres avec L'Esprit Voisin et la Foncière Commerçante comme marqueurs.



La vision à 360° consiste à appréhender un site dans son ensemble pour en développer une approche globale, segmentée et structurée.

Nous envisageons chaque site comme une véritable pâte à modeler offrant une multitude de possibilités de transformation permettant d'adapter nos centres en permanence à l'évolution du commerce et des nouveaux modes de consommations.



Des sources de valorisation partout où c'est possible

Avec nos équipes et nos partenaires, nous allons engager une réflexion globale sur la façon dont l'espace de chaque centre est traité et utilisé pour optimiser sa commercialité. Cette approche méthodique de travail a pour objectif de déceler tous les gisements potentiels de valorisation. Hypermarché, galerie marchande, parkings, fonciers adjacents, offre externe située dans le périmètre commercial du centre... tous les mètres carrés feront l'objet d'une attention particulière conduisant à des choix tout aussi adaptés. Pour créer de la valeur locative additionnelle, des moyennes surfaces seront ainsi restructurées et déplacées sur des parkings réagencés.

Des formes de commerce différenciantes et complémentaires, tel le Commerce Ephémère, seront intensifiées. Commerce physique et commerce digital seront plus efficacement liés afin de générer un trafic plus dense et proposer des expériences clients plus intenses. L'approche multicanal sera elle aussi renforcée notamment par la mise en place d'une offre unique de « click & collect », développée avec Cdiscount, un acteur majeur du e-commerce en France.



L'Esprit Voisin, tourné vers le futur

L'Esprit Voisin, lui-même, connaîtra une seconde jeunesse tout en restant fidèle à ce qui a fait son succès et son caractère unique. Son ancrage local sera encore plus affirmé. Une architecture moderne et attractive, imaginative et à taille humaine soulignera encore mieux sa différence. Un engagement citoyen multiple pour favoriser l'emploi, lutter contre les discriminations et penser aux générations futures marquera sa dimension humaine. Les livraisons de projets se poursuivront, pour enrichir l'offre et renforcer le positionnement de chaque site.

Au plus près des clients

Cette vision globale à 360° passera aussi par une veille et des analyses dynamiques des centres, de leur offre et de leur environnement commercial, à partir d'études réalisées localement. Leur but ? Mieux connaître les clients, le positionnement d'un site, sa concurrence, la démographie locale et régionale...

Parce que le client restera au cœur des préoccupations de Mercialys, les besoins non satisfaits ou potentiels seront précisément analysés. Le plan de merchandising évoluera selon les principes de L'Esprit Voisin, en cohérence avec les attentes des clients.

Nouveaux formats, nouveaux concepts, nouvelles enseignes, l'offre se mettra en permanence au goût du jour et de demain.

Un concept unique créé par Mercialys et Cdiscount



Tous les marqueurs montrent actuellement que le e-commerce et commerce traditionnel se rapprochent. Si les achats sur internet ont encore progressé en 2013, les consommateurs recherchent aujourd'hui à vivre une véritable expérience shopping en magasin. De fait, des liens doivent être imaginés entre ces deux mondes afin de répondre aux nouvelles habitudes de consommation des clients.

C'est tout le sens du concept unique proposé par Mercialys et son partenaire privilégié Cdiscount, filiale du Groupe Casino. Cette offre de « click & collect » consiste à permettre aux clients de commander en ligne, depuis les outils Mercialys et Cdiscount, des produits des boutiques du centre et de les retirer dans les heures qui suivent dans leur centre commercial. Les clients se voient offrir une multitude de services tout au long de leur parcours d'achat.



Un acteur majeur du e-commerce en France comme partenaire

Avec une marketplace représentant 16 % de son volume d'affaires, et 5,5 millions d'offres en 2013, Cdiscount assoit sa position d'acteur majeur du e-commerce en France. Aujourd'hui, Mercialys propose aux enseignes et commerçants indépendants de ses centres commerciaux la possibilité de vendre leurs produits en ligne sur cette plateforme d'audience remarquable et offre à ses clients une expérience d'achat unique couplée prochainement à des services innovants.

Dans la pratique, le parcours du client est en effet simplifié et optimisé à toutes les étapes :

- Pendant la recherche online, le client peut, grâce à la géolocalisation, trouver la boutique la plus proche vendant son produit.
- Lors du paiement, il règle ses achats directement sur le site Cdiscount sécurisé et qui lui propose également des facilités de paiement.
- La mise à disposition des produits est ensuite immédiate dans les heures suivant la commande. Il n'a ainsi pas de frais de livraison à payer et bénéficie dans le même temps de services spécifiquement mis à sa disposition dans le centre : kiosque accueil, retouches, emballage cadeau, ...



Un nouveau concept aux multiples opportunités

Cette approche multicanal unique est une réelle opportunité de valoriser l'offre commerciale des centres Mercialys auprès des internautes, tout en permettant aux commerçants du centre de développer des opérations marketing génératrices de trafic (up et cross selling) grâce à la mise en avant de produits complémentaires à la commande du client.

Ce projet ambitieux développé par Mercialys et Cdiscount a démarré et des tests sont actuellement en cours dans les centres commerciaux.



Cdiscount.com

1,6 Md €
de volume d'affaires

10 millions de visiteurs
uniques par mois



Depuis 2012, Mercialys s'est doté d'un écosystème digital complet, revendiquant notamment 1 300 000 visites sur les sites web et mobile de ses centres. Des bases de données clients locales et qualifiées ont été créées et sont enrichies lors de chaque opération commerciale. C'est le préalable indispensable pour diffuser les offres promotionnelles des centres commerciaux ou de leurs enseignes.

Commerce Ephémère

Des centres qui évoluent avec leur temps



En même temps que le monde change sous l'impulsion des innovations technologiques, le consommateur évolue. Averti et informé, notamment grâce à Internet, il est à la recherche de nouveautés, de diversité, de rapidité, au meilleur rapport qualité-prix. Le Commerce Ephémère est une réponse attractive et créatrice de valeur pour répondre à ses attentes.

L'idée du Commerce Ephémère a germé aux Etats-Unis et en Australie. Cette façon plus légère et pour une durée restreinte de faire du commerce est en résonance avec notre époque. C'est aussi une manière de mieux occuper l'espace, d'animer les parties communes et d'accroître les revenus d'un centre commercial.



Stand éphémère



Trafic et attractivité

Par essence, un centre commercial ne peut se reposer sur ses lauriers, ni s'accommoder d'une vision à court terme. Fidéliser et accroître sa clientèle doit rester son leitmotiv. Cela passe par une offre différente qui se renouvelle régulièrement pour continuer à attirer toujours plus de clients. Le Commerce Ephémère est un des leviers clés sur lequel Mercialisys souhaite capitaliser pour rendre l'offre foisonnante dans ses centres. En développant une offre de qualité différenciante de celle d'une galerie, nos centres jouent un rôle d'incubateur des nouvelles tendances et de dynamisation de la galerie par le renouvellement rapide de l'offre.

Des formats commerciaux multiples

Après plusieurs mois d'expérience, Mercialys a choisi de donner au Commerce Éphémère une nouvelle envergure en continuant à miser sur la qualité, la globalité et la diversité des formats : concept stores, vending machines, roadshows événementiels, salons thématiques, commerce local, salons thématiques, affichages et publicité.... En somme, il s'agit de poursuivre la mise en place d'un business cohérent, organisé et industrialisé. Les consommateurs pourront ainsi trouver des produits diversifiés et différents de ceux des boutiques, des produits qui changent avec les saisons, des produits innovants mais pas toujours distribués dans un circuit « classique », des produits plaisir qu'ils pourront s'offrir facilement et immédiatement.



Exposant



Captation de contact



Stand éphémère



Affichage publicitaire



4 000 m²
aujourd'hui

20 000 m²
potentiels





Boutique éphémère



Marché de Noël



Nouveaux concepts de commerce

Le Commerce Ephémère « made in » Mercialys se traduira par de nouveaux concepts associant des grandes enseignes, des commerçants, des exposants et des annonceurs.

Des partenariats nationaux avec des grandes marques seront mis en place pour l'installation dans le mail de kiosques, et de Pop-Up Stores, des boutiques éphémères.

Les centres pourront se transformer en des médias à part entière en proposant la création de packs d'offres couplées de communication sur leurs supports d'affichage et ce sur l'ensemble du patrimoine Mercialys.



Road Show

UNE GRANDE AMBITION

Mercialys croit résolument à cette nouvelle forme de commerce qu'est le Commerce Ephémère, en sa capacité à créer un revenu récurrent sur l'ensemble de ses centres, en son potentiel pour démultiplier l'animation et l'attractivité des centres commerciaux.



Boutique éphémère



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

Rédaction : Luc Charbonnier

Crédit photos :

Jérôme Pallé

Alfred Cromback

Camille Forest

David Pell

Thinkstock - Fotolia - Shutterstock - Photodisc



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

