



## Le centre commercial Saint-Orens fête son nouveau statut



**Saint-Orens de Gameville, le 13 novembre 2008**

Au sud-est de Toulouse, le centre commercial Saint-Orens a changé de statut et a pris une dimension régionale. La surface de la galerie du centre commercial a été doublée avec l'ouverture en 2 phases d'une extension de 11 100 m<sup>2</sup> GLA\*. Aujourd'hui, Saint-Orens, avec près de 110 magasins, est un centre moderne, coloré et convivial de 37 000 m<sup>2</sup> GLA (incluant l'hypermarché) en phase avec l'essor de l'agglomération toulousaine de ces dernières années.

Klépierre a acquis en 2004 auprès de Rémy Nauleau, adhérent Leclerc, et des sociétés propriétaires, la galerie alors existante de ce centre commercial ouvert en avril 1991. Elle a alors également conclu une promesse unilatérale de cession pour les murs de l'hypermarché Leclerc et le projet d'extension et de rénovation de la galerie. Cette acquisition s'est finalisée en juin 2007. Filiale de Klépierre, Ségécé a assuré la commercialisation de ce projet. Le promoteur était la SAS Promorens.

Cette opération constitue un investissement total pour Klépierre (75,8%) et son partenaire BNP Paribas Assurances (24,2%) de 90,3 millions d'euros. Le montant des loyers annuels nets de cette extension s'élèvera à 5,6 millions d'euros en part totale.

### **Volume, couleurs et lumière pour un centre moderne**

Les travaux commencés en mai 2007 ont permis la création de 2 nouvelles allées commerciales, deux boucles venant s'ajouter au mail existant et doublant la surface de la galerie. Le cabinet d'architectes Cardete & Huet a été missionné pour concevoir cette extension et harmoniser le site existant avec le nouveau mail.

Une première boucle a été ouverte en mars 2008 et la seconde en novembre 2008.

Les façades claires sont de façon très originale agrémentées de rectangles de verre coloré accrochés perpendiculairement aux murs. Ainsi, suivant l'angle des rayons du soleil, des ombres vertes, jaunes, oranges ou bleues animent différemment les façades tout au long de la journée.

Les volumes intérieurs importants donnent espace et respiration au visiteur mais restent à taille humaine. La lumière naturelle est très présente dans le centre grâce aux verrières et puits de lumière. Et toujours la couleur : les quatre entrées en verre sont respectivement entièrement habillées de bleu, d'orange, de jaune et de vert. Ce code couleur spécifique sert également à la signalétique du centre et facilite le parcours du visiteur. Il est aussi appliqué aux espaces repos, à la fois très confortables et très design.

Saint-Orens arbore une nouvelle identité à la fois gaie et sereine : 4 formes rondes – notion

de transparence, d'espace, d'aérien et de convivialité – aux couleurs fraîches et acidulées faisant référence à la nature – lumière, soleil, végétation, ciel.

## Près de 50 nouvelles enseignes

L'extension permet également d'accueillir près de 50 nouvelles enseignes, élargissant l'offre commerciale, notamment dans tous les domaines de l'équipement de la personne. De plus, l'extension a induit de nombreuses modifications de l'offre existante. Quinze transferts ont ainsi été opérés et une vingtaine de boutiques existantes ont été réaménagées et renouvelées pour faire place parfois à de tout nouveaux concepts.

- Equipement de la personne
  - H&M (1079 m<sup>2</sup>) s'ajoute aux locomotives de la galerie
  - Etam Lingerie (232 m<sup>2</sup>) avec son nouveau concept store (transfert)
  - Geox (118 m<sup>2</sup>)
  - Les enseignes du groupe Inditex : Bershka (518 m<sup>2</sup>), Stradivarius (348 m<sup>2</sup>), Oysho (188 m<sup>2</sup>), Pull & Bear (445 m<sup>2</sup>)
  - Z&Co (109 m<sup>2</sup>), nouveau concept de l'enseigne pour enfants Z

Et aussi : Bizzbee, Camaïeu, C&C Confidential, Christine Laure, Kaporal 5, La Mode est A Vous, Texto, Toscane, So Redoute, Armand Thiery Homme, Carnet de Vol, Celio, Jules, Olly Gan, Obaïbi, Du Pareil Au Même, Pardon, ...

- Equipement de la maison
  - Du bruit dans la cuisine (318 m<sup>2</sup>)
  - Le torchon à carreaux (110 m<sup>2</sup>)
  - Heytens (567 m<sup>2</sup>)
- Hygiène, beauté, santé
  - Pharmacie (290 m<sup>2</sup>) dont les vitrines donne directement sur l'extérieur du centre
  - The Body Shop (76 m<sup>2</sup>)
- Restauration, alimentation
  - Paul (118 m<sup>2</sup>)
  - La Croissanterie (212 m<sup>2</sup>)
  - Les Comptoirs Casino (943 m<sup>2</sup>), le nouveau concept de cafétéria de l'enseigne (rénovation)
  - Le bar à jus Zumo (48 m<sup>2</sup>), enseigne irlandaise toute nouvelle en France
- Culture, cadeaux, loisirs
  - Six, Réserve naturelle, MOA, France Telecom, Club Bouygues, SFR, 18K, ...

Deux enseignes font leur entrée pour la première fois en centre commercial : la marque de t-shirts Pardon (enseigne de l'île de réunion, 4<sup>ème</sup> magasin en France sur 85 m<sup>2</sup>) et la nouvelle enseigne de bijouterie toulousaine « 18K » (1<sup>er</sup> magasin du nouveau concept de la chaîne familiale toulousaine « le Donjon »).

Les travaux ont aussi permis d'optimiser et moderniser le stationnement : un parking silo de 850 emplacements sera accessible dès janvier 2009, soit 3300 places de parking disponibles au total.

Enfin, l'extension du centre de Saint-Orens apporte sa dynamique à l'économie locale avec la création de 250 emplois équivalent temps plein.

\* GLA : Gross Leasable Area : surface de vente + réserves

## **Klépierre**

*Société d'investissements immobiliers cotée, Klépierre détient un patrimoine de 12 milliards d'euros au 30.06.2008. Ce dernier se compose de 86 % de centres commerciaux (soit 242 centres détenus dans 10 pays), de 5% de commerces via Klémurs et de 9% d'immeubles de bureaux.*

*Klépierre a acquis, le 8 octobre 2008, la 1<sup>ère</sup> foncière scandinave Steen & Strøm qui détient 30 centres commerciaux en Norvège, Suède et Danemark représentant près de 2,5 milliards d'euros en part totale. Steen & Strøm gère également 26 centres commerciaux pour compte de tiers. Cette acquisition étend la présence européenne de Klépierre à 13 pays.*

*Maison-mère de Ségécé, Klépierre a pour 1<sup>er</sup> actionnaire BNP Paribas avec 50,7% du capital. Alors que Ségécé est concepteur, commercialisateur et gestionnaire, Klépierre se positionne en investisseur à long terme. La combinaison de ces deux acteurs en fait le partenaire indispensable des villes et des enseignes pour la réussite dans la durée des projets commerciaux.*

*Pour en savoir plus : [www.klepierre.com](http://www.klepierre.com)*

## **Ségécé**

*Déjà plus de 50 ans d'expertise en urbanisme commercial font de Ségécé un partenaire ayant une grande compréhension des objectifs et des préoccupations des villes. Elle maîtrise toutes les interventions contribuant à la création et la valorisation d'équipements commerciaux : études, conception, promotion, commercialisation, gestion locative et patrimoniale, direction de centre... Elle en garantit la pérennité par une gestion rigoureuse à long terme et la prise en compte d'une nécessaire évolution.*

*Aujourd'hui l'un des premiers gestionnaires de centres commerciaux en Europe avec un parc diversifié et très qualitatif de près de 400 équipements, Ségécé travaille sur un portefeuille de développement d'1 million de m<sup>2</sup> d'ici 2012 : centres de cœur de ville, extension-restructuration de sites existants, retail parks et nouveaux projets en milieu péri-urbain.*

*Pour attirer et fidéliser plus d' 1 milliard de visiteurs annuels, les centres commerciaux qu'elle gère ont l'obligation de répondre à leurs aspirations. A l'écoute du consommateur, elle a le souci de la qualité architecturale, de la pertinence de l'offre commerciale, et de la constante amélioration de l'accueil et des services destinés à la clientèle.*

*Pour en savoir plus : [www.segece.com](http://www.segece.com)*

## **Contacts Presse**

Camille Delomez / Violaine Danet  
HDL Communication  
Tél : 01 58 65 20 18 / 00 77  
[cdelomez@hdlcom.com](mailto:cdelomez@hdlcom.com) / [vdanet@hdlcom.com](mailto:vdanet@hdlcom.com)

Nathalie Bataille  
Communication Ségécé  
Tél. : 01 40 67 54 38  
[nathalie.bataille@segece.fr](mailto:nathalie.bataille@segece.fr)