LA GALERIE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 16 juin 2015

Mercialys innove en dotant ses centres commerciaux d'une marque unique : G La Galerie

Fidèle à sa démarche d'innovation continue, Mercialys lance la première marque transversale de centre commercial, G La Galerie, sur la totalité de ses centres en France. Une identité forte, différenciante, qui facilite le parcours clients et met en valeur les enseignes et les commerçants partenaires, en renforçant la visibilité et la lisibilité commerciale des centres.

UNE MARQUE UNIQUE

Pour répondre aux attentes nouvelles de ses consommateurs, Mercialys continue de faire évoluer son réseau de centres commerciaux. La foncière franchit aujourd'hui une nouvelle étape de son développement avec la création d'une marque transverse pour la totalité de ses centres. G La Galerie est une marque forte, impactante, au style direct et moderne. Elle est en cours de déploiement sur l'ensemble du patrimoine.

TOUJOURS INNOVANT

Avec L'Esprit voisin, Mercialys avait apporté une innovation majeure dans le paysage de l'immobilier commercial en France : une approche architecturale conviviale, à taille humaine, proche des clients, devenue au fil des années le fondement d'une dynamique de création de valeur. Toujours précurseur, Mercialys propose aujourd'hui une identité revisitée, en cohérence avec son ADN de partenaire de la vie quotidienne.
Profondément novatrice, cette marque est structurante pour la stratégie de développement de l'entreprise, qui vise à continuer de renouveler ses actifs et renforcer leur attractivité.

LES CLIENTS AU COEUR DE LA DÉMARCHE

L'utilisation désormais courante des outils digitaux a considérablement modifié les comportements d'achat des consommateurs. Mercialys évolue avec leurs besoins pour émerger dans un paysage fortement concurrentiel, pour parler clairement et visiblement aux clients, et pour répondre de façon ciblée et différenciée à leurs demandes par le déploiement d'une politique servicielle efficace et pragmatique. C'est toute l'ambition du concept G La Galerie, qui reflète une manière différente d'aborder le commerce.
Concrètement, cela se traduit par une architecture qui crée la préférence en privilégiant pour le client la lisibilité commerciale, la facilité de circulation, d'accès et de repérage des services.

UN GESTE ARCHITECTURAL CONTEMPORAIN

La nouvelle identité s'accompagne d'un geste architectural contemporain, véritable signature visuelle des centres. Alors que le G La Galerie vient s'installer sur la façade dans toute sa dimension, la couleur rouge habille le bâtiment et le blanc marque les entrées du centre. Remarquable à plus d'un titre, le rouge renforce la visibilité du site et lui apporte caractère, énergie et modernité. Les centres commerciaux sont ainsi utilisés dans leur globalité comme vecteurs d'image.
En façade, les enseignes sont clairement mises en valeur, tandis qu'à l'intérieur du centre, le concept simple et sobre laisse pleinement s'exprimer les commerces partenaires.
Le parcours client est clarifié, depuis une signalétique permanente renforcée et facilement identifiable, des entrées du centre bien marquées, en passant par un sas qui offre une transition douce vers la galerie rythmée de blanc, jusqu'à la signalétique efficace, qui met en évidence les services indispensables.

LE RESPECT DES SINGULARITÉS

Le concept G La Galerie sera appliqué à l'ensemble du patrimoine véhiculant une offre cohérente et visible. Les centres de la foncière adopteront cette nouvelle signature d'ici la fin du mois de juillet 2015. Pour autant, le concept laisse toute sa place aux matériaux nobles, aux constructions historiques de chaque site, ainsi qu'aux déclinaisons spécifiques intérieures. L'adaptation de la nouvelle identité est réalisée centre par centre, l'aménagement du parking et l'intérieur du mail étant notamment traités au cas par cas, en fonction des besoins de rénovation.
À cette nouvelle image sera associée une nouvelle dénomination. Pour les uns, le concept vient capitaliser sur la notoriété établie en associant la marque au nom du centre régional. Pour les autres, la marque se substitue au nom du centre : c'est désormais le nom de la ville qui apporte une signature distinctive.

FAIRE VIVRE LES VALEURS DE L'ENTREPRISE

G La Galerie s'inscrit dans les valeurs qui animent l'entreprise et sous-tendent ses actions. L'agilité, en termes de positionnement et de stratégie immobilière, avec l'ajustement de l'offre aux spécificités locales, la création de nouvelles formes de commerce comme le concept innovant de Villages.services et la montée en puissance du commerce éphémère. La proximité, par les liens privilégiés entretenus avec les enseignes et le déploiement d'initiatives, de services et d'actions concrètes adaptées aux besoins réels des clients, comme le retrait immédiat des produits commandés sur la Marketplace Cshopping by Cdiscount. La proximité est et reste un axe très différenciant des centres Mercialys. L'engagement, enfin, par l'ancrage respectueux des territoires, une collaboration renforcée avec le tissu associatif local et la certification environnementale des centres.

À PROPOS DE MERCIALYS
Mercialys, l'une des principales sociétés foncières françaises, détient, gère et transforme constamment un parc immobilier de 59 centres commerciaux dans toute la France. Ce parc de sites globaux, dotés d'une offre de commerces différenciée, se caractérise par la richesse de sa vie locale et un attachement fort au lien social, à la création de valeur et à la proximité.
Pour en savoir plus : **www.mercialys.fr**

CONTACT PRESSE
Direction de la Communication
Tél : +33 (0)1 53 65 24 78
Tél : +33 (0)6 89 10 10 15