



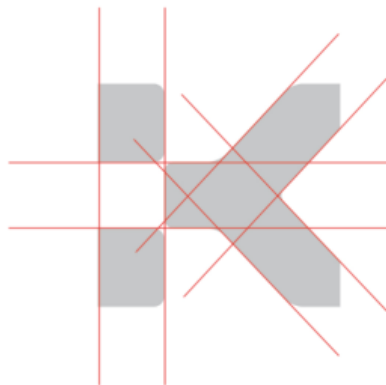
Communiqué de presse

KLEPIERRE SIMPLIFIE SA POLITIQUE DE MARQUE ET SE DOTE D'UN NOUVEAU LOGO.

Paris, le 24/01/2013

Klépierre, acteur majeur de l'immobilier de commerces en Europe rassemble l'ensemble de ses filiales détenues à 100% (1) sous la marque unique *Klépierre* et adopte un nouveau logo renforçant son positionnement de pure player des centres commerciaux.

Klépierre : une marque créative, constructive et connectée



Incarnant à la fois une identité statutaire qui trouve ses fondements dans les métiers de l'immobilier et une nouvelle image audacieuse tournée vers l'avenir, le nouveau logo capitalise sur l'initiale « K » très architecturée, évoquant le jeu de construction et symbolisant le mouvement vers l'avant, l'innovation et la performance. Klépierre est une marque connectée, en prise avec son temps, comme l'illustre la forme de « plug », qui valorise son rôle de catalyseur de rencontres entre marques et consommateurs.

Le code couleur exprime sa double appartenance au monde de l'immobilier et à l'univers du retail : une marque qui déploie son expertise du commerce pour créer, gérer, développer et animer des lieux attractifs, une marque lumineuse qui met en évidence la dimension émotionnelle du shopping et l'attention toute particulière portée au consommateur.

(1) notamment Ségécé et les sociétés apparentées

Le déploiement de la nouvelle image de Klépierre s'appuie en parallèle sur une promesse opérationnelle "we make it better everyday" qui constitue un levier fort de mobilisation pour les équipes du Groupe. Les enjeux identifiés portent sur le renouvellement de l'offre commerciale, l'amélioration et la digitalisation du parcours client ou encore le développement du specialty leasing et des partenariats avec les marques.

« Avec cette nouvelle identité, nous nous inscrivons clairement dans le monde du retail, nous nous impliquons pour le succès des enseignes présentes dans nos centres commerciaux et pour proposer une offre toujours plus attractive aux consommateurs », déclare Laurent Morel, Président du Directoire de Klépierre. « Nous sommes porteurs d'une promesse qui mobilise tous les métiers et savoir-faire de nos collaborateurs, celle de faire sans cesse évoluer le commerce, pour créer les conditions favorables à une expérience d'achat pleinement réussie ».

Interbrand Paris a accompagné Klépierre dans la conduite de cette évolution.

A PROPOS DE KLEPIERRE

Acteur majeur de l'immobilier de commerces en Europe, Klépierre associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management.

Son patrimoine est valorisé à 16,4 milliards d'euros au 30 juin 2012 et se compose essentiellement de grands centres commerciaux implantés dans 13 pays d'Europe continentale. Klépierre détient une participation majoritaire (56,1%) dans Steen & Strøm, 1^{ère} foncière scandinave de centres commerciaux.

Klépierre a pour principaux actionnaires Simon Property Group (28,9%), leader mondial de l'industrie des centres commerciaux et BNP Paribas (22,5%), première banque de la zone euro.

Klépierre est une Société d'investissement immobilier cotée (SIIC), dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext ParisTM membre des indices SBF 80, EPRA Euro Zone, GPR 250 et des indices développement durable DJSI World, FTSE4Good, ASPI Eurozone ainsi que des registres d'investissement Ethibel Excellence et Pioneer. Cette présence marque l'engagement du Groupe dans une démarche volontaire de développement durable.

Pour en savoir plus : www.klepierre.com

CONTACTS

Elisabeth ALFANDARI – 01 53 32 56 48 – elisabeth.alfandari@ketchum.fr

Aurélien CHAMBON – 01 53 32 56 88 – aurelie.chambon@ketchum.fr