



Communiqué de presse

AVEC L'ESPACE COMMERCIAL ST.LAZARE PARIS, KLEPIERRE PREND UN TEMPS D'AVANCE

Paris, le 21 mars 2013

ST.LAZARE PARIS, une réussite dès l'ouverture



Dès le premier jour, les visiteurs de la gare ont été séduits par la conception et l'offre pertinente des 80 boutiques et points de restauration de l'espace commercial.

Le chiffre d'affaires moyen au m² atteint 14 500€ pour les 12^{ers} mois : une performance exceptionnelle qui place la plupart des boutiques dans le top niveau de leur réseau respectif et crée une nouvelle référence pour les centres commerciaux.

L'étude de clientèle¹ menée par Klépierre en novembre 2012 confirme l'adhésion des voyageurs et utilisateurs de la gare. 55% des visiteurs interrogés ont réalisé, au moins, un achat dans l'espace commercial ST.LAZARE PARIS. Un lieu devenu une destination à part entière puisque près de 20% d'entre eux affirment venir uniquement pour la galerie commerciale.

« Les voyageurs et visiteurs de la gare ont d'emblée adopté ce nouvel espace commercial. Les performances exceptionnelles des enseignes et la très grande satisfaction des clients traduisent la formidable réussite de ST.LAZARE PARIS. Praticité, flexibilité des horaires, qualité et variété de l'offre sont autant de raisons pour les clients d'apprécier la galerie et de prendre plaisir à y flâner. Ceci est le résultat du savoir-faire de nos équipes et de la proximité que nous entretenons avec les meilleures enseignes. », indique Laurent Morel, Président du Directoire de Klépierre. *« Nous allons continuer à étonner et surprendre les visiteurs de la gare. A ce titre, nous sommes très heureux qu'Eric Frechon, grand Chef étoilé, annonce l'ouverture au mois de septembre 2013 d'un nouveau lieu de vie à Saint-Lazare. En parallèle de ses fonctions de Chef des cuisines de l'Hôtel Le Bristol Paris, l'ouverture de LAZARE s'inscrit dans sa démarche de démocratiser la bonne cuisine en la rendant accessible au plus grand nombre. »*

¹ Étude réalisée à la demande de Klépierre par SAD Marketing auprès d'un échantillonnage de 915 personnes du 19 au 24 novembre 2012 à l'intérieur de l'espace commercial, ST.LAZARE PARIS.



ST. LAZARE PARIS, une offre conçue pour des consommateurs mobiles et urbains

Les 450 000 voyageurs journaliers, salariés des bureaux alentours et résidents du quartier ont découvert une offre variée et adaptée à leur mode de vie. Klépierre a développé un mix de marques composé de magasins de proximité, de concepts connus et d'une nouvelle génération d'enseignes offrant un vrai bénéfice : qualité, style, prix en parfaite adéquation avec les attentes actuelles des clients.

A proximité des trains, les voyageurs retrouvent de nombreux services facilitant leur quotidien (restauration, presse, pharmacie, laboratoire d'analyses médicales...) et aux niveaux rue et métro, une offre shopping qui couvre l'ensemble des secteurs d'activité : équipement de la personne, alimentation, culture et loisirs, beauté et santé.

Concernant l'offre alimentaire, les visiteurs de ST.LAZARE PARIS ont le choix entre Monop' et Carrefour City. Klépierre a choisi d'accueillir de nouvelles enseignes dans l'espace commercial : parmi les nouveautés, le concept japonais Muji to Go, le bijoutier danois Pandora, le chausseur espagnol MaryPaz. Pylones, le magasin d'objets tendances et colorés, la galerie-boutique photo Yellow Korner ainsi que Kusmi Tea et Kickers qui font leurs premiers pas en centre commercial.

L'espace et l'offre commerciale ont été conçus pour accompagner un consommateur de plus en plus nomade, qui cherche à transformer un temps subi en temps agréable et utile. 98%¹ des visiteurs se déclarent satisfaits de pouvoir faire leurs achats rapidement. Les clients restent en moyenne 22 minutes¹ dans l'espace commercial. Les commerces, ouverts sur une large amplitude horaire, s'adaptent au rythme de chacun. Les voyageurs quotidiens peuvent y faire un achat de dépannage ou d'impulsion, ou se programmer une plage horaire shopping dans la semaine par exemple.

ST.LAZARE PARIS, une architecture remarquable

L'édifice historique a été magnifié par l'important programme de restructuration réalisé dans le cadre du partenariat exemplaire entre Gares&Connexions et Klépierre. Les équipes d'architectes AREP et DGLa ont fait un travail exceptionnel en intégrant totalement l'espace commercial dans la gare tout en respectant les flux voyageurs.

Moderne, confortable, fonctionnelle et lumineuse, la nouvelle gare Saint-Lazare offre une grande lisibilité des espaces et de leur fonction. La circulation est fluidifiée grâce à des liaisons verticales autour desquelles s'organise l'espace commercial : quatre vastes trémies abritent 25 escaliers mécaniques. La verrière laisse passer la lumière naturelle dans les trois niveaux de la gare jusqu'à

l'entrée du métro. 96% des clients interrogés¹ confirment prendre plaisir à flâner dans ST.LAZARE PARIS.

Klépierre s'est vu décerner le Trophée 2012 des SIIC "Ville et Avenir" qui récompense un projet ayant un impact particulier sur la qualité de la vie dans la cité. Le jury a salué l'exemplarité de l'espace commercial. La rénovation de la gare Saint-Lazare a également obtenu le Janus du Commerce 2012 et le trophée de l'accessibilité. ST.LAZARE PARIS est aussi nominé aux European Awards de l'International Council of Shopping Centers.

¹ Etude réalisée à la demande de Klépierre par SAD Marketing auprès d'un échantillonnage de 915 personnes du 19 au 24 novembre 2012 à l'intérieur de l'espace commercial ST. LAZARE PARIS.

ST. LAZARE PARIS

Surfaces	10 000 m ² de commerces
Nombre de magasins	80 unités dont <ul style="list-style-type: none">▪ 3 moyennes unités▪ 13 points de vente restauration avec food court▪ 10 points presse, librairie et/ou tabac
Parking	250 places
Une grande amplitude horaire	<ul style="list-style-type: none">▪ De 7h30 à 20h du lundi au vendredi et de 9h à 20h le samedi▪ Virgin Megastore de 7h à 21h du lundi au samedi▪ Carrefour City de 7h à 22h du lundi au samedi ainsi que le dimanche matin▪ Monop' de 7h30 à 22h du lundi au samedi
Trafic quotidien	450 000 voyageurs et environ 1 million de visiteurs, tous moyens de transports confondus
Montant de l'investissement global	160 millions d'euros
Taux d'occupation des surfaces commerciales	98 %

A PROPOS DE ST.LAZARE PARIS

Idéalement situé au cœur de l'un des plus grands quartiers de commerces et d'affaires de la capitale, ST. LAZARE PARIS abrite environ 80 boutiques, dont 3 moyennes unités, services et espaces de restauration, ainsi que 250 places de parking. Au sein d'un cadre architectural exceptionnel, l'ensemble commercial représente une surface de 10 000 m² GLA totalement intégrée sur les 3 niveaux de la gare (train, rue et métro). Porte d'entrée d'un des plus grands quartiers commerçants d'Europe, Saint-Lazare est la deuxième gare d'Europe, avec 450 000 voyageurs par jour, majoritairement pour un trajet quotidien reliant Paris et sa banlieue. Klépierre s'est vu décerner le Trophée des SIIC "Ville et Avenir" 2012 pour l'espace commercial ST.LAZARE PARIS récompensant l'exemplarité de l'espace commercial parfaitement intégré au cœur de la deuxième gare d'Europe.

Pour en savoir plus : www.stlazareparis.com

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 31 décembre 2012 et se compose essentiellement de grands centres commerciaux détenus 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 (21,9%), 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 PRESSE

Agence Ketchum

Elise MOUROCCQ – 01 53 32 61 81 – elisemourocq@ketchum.fr

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