

For Your Information*

FYI

NEWSLETTER
D'INFORMATION

SCC

SHOPPING CENTER COMPANY

WWW.SCC-NETWORK.COM

#3
JUN 2018

* Pour votre information.



L'e-révolution

SCCD, filiale du groupe SCC/LSGI, a été créée en 2015 pour développer la stratégie digitale et d'innovation du groupe.

SCCD imagine et déploie un modèle innovant pour faire de ses centres commerciaux des destinations uniques : plus interactives, plus connectées, alliant shopping, divertissement, rencontres et partage.

Ces nouveaux lieux de vie imaginés par SCCD, entièrement digitalisés, plongent les visiteurs dans des univers originaux, riches de souvenirs et d'expériences.

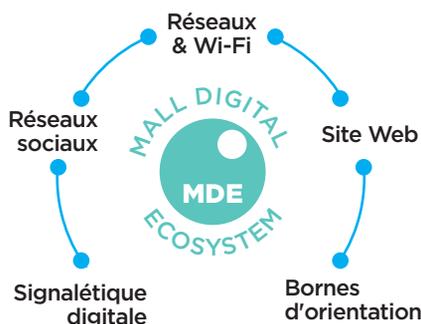
Parmi ses réalisations, SCCD a développé une solution pour faire interagir l'ensemble des dispositifs du centre, créant ainsi un véritable Mall Digital Ecosystem (MDE). En revisitant par exemple la signalétique du centre, cette solution propose de nouveaux services aux enseignes et aux visiteurs. Le pilotage énergétique du bâtiment, pour en améliorer le confort et les coûts, en est un autre exemple comme le développement de nouveaux services inédits qui accompagnent les enseignes dans leur stratégie omnicanale.

Enfin SCCD, au travers de son programme Enjoy, réinvente et repense chaque élément de ces lieux pour en renouveler le sens, l'usage, et renforcer leur attractivité en donnant à leurs clients de nouvelles raisons de venir.

En interne, SCCD intervient pour offrir à ses collaborateurs des solutions simples et efficaces d'aide à la décision ou à la commercialisation. ■

ÉCOSYSTÈME DIGITAL DE CENTRE

MALL DIGITAL
ECOSYSTEM (MDE)



Parmi nos dernières opérations commerciales



SCC | FRANCE
SHOPPING CENTER COMPANY

ESPACE DU PALAIS : Søstrene Grene

LA VACHE NOIRE : Mango

TERRE CIEL : Game Time, escape game

ÉVRY 2 : Jacqueline Riu • Beauty Bar One
Projet X • Inviti

LA FEULLERAIE : Undiz • Vapotech • My Color Bar
à Ongles • Parfois • Adopt • Rouge Gorge • Lollys

SAINT-GENIS 2 : Pimkie • Nature & Découvertes • Jacadi



SCC VENDÔME
HIGH STREET & LUXURY RETAIL

- **Flagship Store Graff Diamonds** – Costes Saint-Honoré
- **Futur Buccelatti** – Rue Saint-Honoré
- **Futur Delvaux** – Palazzo Reina, Milan



OUVERTURE

B'Est à Farebersviller

Ouvert depuis le 11 avril dernier, B'Est a séduit la clientèle, venue en nombre découvrir le nouveau centre commercial et de loisirs de Farebersviller. La SCC a eu le privilège d'en assurer l'ouverture aux côtés des équipes travaux et de la direction de Codic.

Un projet régional porté depuis plus dix ans par Codic et très attendu par les Mosellans.

Le centre s'articule autour de deux pôles : un mall couvert et de plain-pied alimenté en flux par une offre de retail park bordant les parkings, tous deux recouverts de fines lames de bois.

Surface GLA : 55 000 m² dont supermarché Auchan de 8 000 m².

Pôle Loisirs : 18 500 m² dont 7 000 m² indoor.

Fréquentation (objectif) : 6 millions de visiteurs annuels.



RÉNOVATION/EXTENSION

ÉVRY 2

Après sa création en 1975, son extension en 2003 et ses travaux d'aménagement intérieur en 2016, le centre commercial d'Évry 2 poursuit sa mue. Acquisitions, extensions... nous préparons la prochaine étape de la transformation d'Évry 2, une réelle mutation qui incarnera une synergie forte entre centre commercial et centre-ville pour une attractivité renforcée.

Menée en partenariat avec la Ville et la communauté d'agglomération, cette «coproduction» fondée sur le savoir-faire de la SCC s'étendra sur 130 000 m² et proposera une offre unique : un pôle de loisirs avec piscine, patinoire, salle de fitness et un espace loisirs-jeux pour enfants ; des équipements culturels avec un théâtre (scène nationale), une salle de spectacles de près de 3 000 places, une médiathèque, un cinéma multiplexe de dix salles, un lieu d'exposition public et un espace de coworking. L'ensemble s'ouvrira sur une place de restauration moderne et inédite, avec près de 6 000 m² de restaurants.



Un pôle food invitera quant à lui les visiteurs à des expériences culinaires uniques dans trois univers à la personnalité marquée, tant du point de vue de l'ambiance que du design, trois promesses d'expériences variées.

Cet hyper-lieu, générateur d'émotions et dédié au temps libre, offrira aux habitants du Grand Paris Sud une destination unique pour répondre à toutes leurs attentes.



MÉTIER

Coordinatrice marketing par Sandra Salvatore

Que représente la mission de marketing pour un centre commercial ?

La mission de marketing, c'est...

- Une connaissance fine des attentes des clients (visiteurs et enseignes).
- Un maillon élémentaire pour la gestion optimale d'un centre commercial, qui coordonne l'ensemble des équipes dans ce but.
- Un pilote en étroite collaboration avec la direction du centre.
- Un explorateur en quête des meilleures inspirations au service du développement business.
- Une écoute, une force de propositions, la disponibilité et l'anticipation. Agile,

curieux, rapide, perspicace et aux côtés des équipes.

- Un projet global dans lequel chaque jour est une aventure différente.

La SCC, en sa qualité de property manager, assure cette mission en permettant à ses mandants de peser eux aussi sur la stratégie marketing de leur patrimoine.

Comment l'accomplissez-vous ?

Il s'agit d'être polyvalent, que ce soit pour définir et construire avec les bailleurs la stratégie marketing et d'image des centres commerciaux, ou pour gérer l'aspect opérationnel de ce métier (mise en œuvre de la Charte Qualité, amélioration du parcours client, implantation de nouveaux outils digitaux, etc.).

Il s'agit, en outre, de développer des partenariats, des événements phares et des services (cartes-cadeaux, roadshows, personal shopper, etc.) et d'animer des actions marketing sur les sites tout en organisant la coordination avec les enseignes nationales.

Enfin, pour gagner en efficacité, nous développons et optimisons des process : centrale d'achat, appels d'offres, répertoire de prestataires partenaires, etc. Nous coordonnons également les études et maintenons

une veille constante. En bref, analyser, définir et mettre en place une ligne stratégique et se réinventer chaque jour !

Quels sont les projets en cours ?

Variés et riches ! Nous redéfinissons actuellement la stratégie de plusieurs centres pour laquelle nous pilotons des appels d'offres regroupant des agences de communication expertes dans le retail.

Nous procédons au déploiement de plusieurs outils et services qui seront des fers de lance à la disposition de nos centres et de nos mandants pour développer le business, tout en maîtrisant les coûts et ce, dès l'été 2018.

Enfin, nous administrons au quotidien les actions marketing de nos sites : l'exposition Quai Branly à Évry 2, les Soldes à B'Est ou bien encore l'ouverture prochaine de l'extension de Saint-Genis 2.

Les clés de la réussite ?

Aimer et être passionné par son métier. Observer, analyser, décider, avancer et savoir se remettre en question.

Rester animé, tous les jours, par ses missions, les échanges avec l'ensemble des équipes, pour construire à leurs côtés de beaux projets.

LE PARCOURS CLIENT

Aujourd'hui, l'enjeu du parcours client est d'exploiter l'ensemble des interactions avec nos visiteurs : accompagner le client tout au long de sa visite aussi bien avant, pendant qu'après, afin de lui faire vivre une expérience et des sensations nouvelles. Pour cela, nous devons inspirer, faire découvrir, guider pour bien acheter, etc. et donner envie de revenir.

D'une manière simple, il désigne le parcours type que suit un visiteur dans sa relation et ses interactions avec nos centres commerciaux : les abords, le parking, le mall, les enseignes... Mais depuis la montée en puissance de l'e-commerce et des canaux digitaux, le parcours client s'est complexifié, intégrant des éléments online et offline. Aussi, aujourd'hui, nous devons penser le parcours client comme un ensemble de chemins choisis, d'actions accomplies par nos visiteurs, entre le moment où ils constatent leur besoin et celui où ils passent à l'achat.

De ce fait, le parcours client est devenu omnicanal et nous devons relever le défi de le comprendre et de nous adapter à ses évolutions pour offrir à nos visiteurs la meilleure expérience possible.

À la SCC, le parcours client, c'est faire que l'ensemble des sens de nos visiteurs soient aiguisés, que le moment qu'ils vont vivre soit hyper-sensoriel.

C'est pourquoi la SCC fait évoluer le parcours client de l'ensemble de ses centres commerciaux en gestion pour guider demain les visiteurs dans ses hyper-lieux, véritables destinations plurisensorielles. Ce processus a commencé avec la redéfinition des parcours des centres de la Vache Noire, Avant Cap, Nîmes la Coupole, Les Halles d'Amiens, La Feuilleraie, Évry 2 et Saint-Genis 2.

Un projet d'envergure qui mobilise la direction du centre, le département marketing et les Assets managers.

ILS NOUS FONT CONFIANCE

■ PLACE DES HALLES

Lasalle Investment Management a retenu la SCC pour gérer son centre commercial Place des Halles, à Strasbourg, à compter du 1^{er} juillet prochain.

Place des Halles est un centre commercial régional urbain et le centre référent de la ville de Strasbourg.

Sur plus de 30 000 m² GLA, il regroupe 120 boutiques, restaurants et moyennes surfaces dont Zara, Darty, Les Galeries Gourmandes, C&A, New Look, Go Sport, Sephora, Bershka et, très prochainement, un Decathlon sur près de 3 600 m² dont l'ouverture est prévue en août 2018.

Pour le compte de Lasalle Investment Management, la mission de la SCC portera sur la gestion locative et commerciale et, par l'intermédiaire du syndicat des copropriétaires, sur la gestion immobilière et la direction de centre, menée par Lionel Schneider.

L'équipe sur site a rejoint les effectifs de la SCC.



BIENVENUE

Jean-Paul Carré

(ex-Desjouis, Unibail, AUCHAN, Sergio Tacchini, Tati, But, Casino)

Directeur de Promotion et Développement en charge de la mise en œuvre de la stratégie de développement définie par le groupe, de la coordination de l'ensemble des équipes projets, du pilotage des différentes opérations d'extension et de rénovation des actifs LSGI et de la promotion des projets auprès des pouvoirs publics.

Johann Rouers (ex-Carrefour Property)

Directeur du centre Les Jacobins (Le Mans).

Benjamin Tardy (ex-Klépierre)

Directeur du centre Saint-Genis 2 (Saint-Genis Laval, près de Lyon).

Adrien Olive (ex-Decathlon, Aldi, Lidl)

Directeur des centres Les Halles d'Amiens et Retail Park Maison+ (Hénin-Beaumont).

Barthélemy Jeanroch

(ex-Galimmo, Lidl)

Directeur du centre commercial et de loisirs B'Est (Farebersviller).

Pierre Linon (ex-De Neuville)

Leasing agent en support sur les actifs LSGI (Évry 2, Saint-Genis 2, La Feuilleraie et Cormontreuil).

Cécile Lacouchie et Nariméne Lasri

Gestionnaires immobilières (Évry 2, B'Est, Bel Air et Bois Sénart).

Sandra Benedetti

Gestionnaire locative (patrimoine AXA Reims et notamment Saint-Denis Basilique).