

C'est la qualité de ses lecteurs qui fait la force d'un journal

MILLE MERCIS AU MILLÉNAIRE

■ Le Millénaire n'est pas un centre commercial de plus. C'est une somme de références en termes d'image, de confort et de grille de loyers. Et aussi un modèle de commercialisation, puisque pas moins de 10 % de l'effectif des enseignes émarge à la catégorie des nouveaux concepts, des concepts jamais vus en France ou des concepts tout neufs. Son inauguration mardi dernier aux portes de Paris et son ouverture se sont faites sous les meilleurs auspices : la foule et l'ambiance de fête des grands soirs, puis l'affluence des clients le lendemain. Les équipes de Klépierre étaient sur un petit nuage : ce mall revalide le modèle du centre commercial – qui en a bien besoin. Ses concurrents eux-mêmes souhaitent sa réussite ! (suite p.3)

HUMMEL : SPORT ET MODE EN VILLE

■ La marque danoise de sport Hummel a ouvert en mars sa quatrième boutique française à Marseille. L'enseigne, qui avait inauguré son premier magasin français à Paris début 2010, propose des chaussures de 60 à 120 € ou du textile sportswear de 30 à 100 €. S'ajoutent quelques produits techniques, notamment sur le handball qui a fait la réputation de la marque. Celle-ci s'installe de préférence sur des 50 à 100 m² de centre-ville. Hummel compte une vingtaine de boutiques dans le monde, notamment au Danemark, en Allemagne, en Turquie ou au Japon.

GALS&GUYS : EL CORTE INGLÉS REVISITE ABERCROMBIE

■ L'ouverture du premier Abercrombie en novembre à Madrid fait réagir El Corte Inglés. En trois mois, le numéro un espagnol de la distribution a ouvert 20 corners d'une nouvelle marque, Gals&Guys, inspirée du style de la célèbre chaîne américaine. Son logo est un ours blanc (un renne chez Abercrombie). L'ambiance, la cible et les prix sont similaires. Une boutique Gals&Guys a déjà été ouverte à Majadahonda, au nord-ouest de Madrid, et le groupe de grands magasins s'interroge sur l'opportunité d'un développement solo à plus grande échelle en centre-ville, comme il l'a déjà fait pour Sfera.

HAPPY D. : DAMART REPREND LE FIL

■ Damart lance un nouveau concept au Millénaire sous le nom de «Happy D. by Damart». Sur un peu plus de 100 m², il propose une collection de mode casual pour femme senior 45 +, très éloignée de son réseau «technique» de 75 magasins de vêtements de confort. Il s'agit de capter une clientèle «plus jeune» : celle des mères qui ne veulent plus s'habiller au même endroit que la grand-mère...

KAPORAL 5 HABILLE ÉVRY2

■ Le jeanner Kaporal 5 ouvre à Evry2. La boutique située dans l'extension du centre, 215 m² de plain-pied sur 7 m de vitrine à proximité de Diesel et de la Fnac, s'est louée pour 110 000 € de loyer pur annuel. L'opération, réalisée par de Knight Frank, fait ressortir une valeur locative de 512 € le mètre carré annuel.

REWE TO GO : LE MONOP' DE REWE

■ L'enseigne allemande de supermarché Rewe inaugure son premier magasin Rewe to Go. Situé dans la très commerçante Schildergasse de Cologne, où les loyers tournent autour de 2 580 €, le nouveau concept dispose de 130 m² de vente. On y vend surtout des produits prêts à manger : fruits, sandwiches, plats cuisinés, confiserie, café. Il s'agit de concurrencer les enseignes de fast-food, les boulangeries et les friteries. Une forte expansion est prévue avec des emplacements dans les rues commerciales, les centres commerciaux, les gares, les stations de métro, les aéroports... Le groupe exploite 15 000 points de vente dans seize pays. Son chiffre d'affaires s'élève à 50 milliards, dont 35 en Allemagne.

HAMBOURG : PREMIER IKEA DE CENTRE-VILLE

■ Après des années de procès, Ikea débutera en septembre les travaux de son premier magasin de centre-ville en Allemagne. Le Suédois a racheté le site du grand magasin Karstadt de la Grosse-Bergstrasse, au centre de Hambourg-Altona, vacant depuis huit ans. La nouvelle boutique abritera 20 000 m² de vente. Son inauguration aura lieu à l'automne 2013. Ikea compte 46 unités en Allemagne. C'est son marché le plus important, avec 15 % du chiffre d'affaires mondial.

Créteil à 1 416 €

■ Créteil-Soleil : le conseil immobilier PointdeVente installe l'enseigne de jeux vidéo My Games à la place de Mister Minit. L'emplacement, situé dans le prestigieux centre commercial de la région parisienne, couvre 36 m² sur 4 m de façade, il sera occupé pour 43 000 € de loyer annuel, accompagnés d'un droit au bail de 80 000 €. Sa valeur locative s'inscrit à 1 416 € le mètre carré annuel.