



Le nouvel espace shopping Chalon Sud 2 hisse les voiles.



Chalon-sur-Saône, le 1^{er} septembre 2009 – Le centre commercial à ciel ouvert Chalon Sud 2 est inauguré officiellement ce jour. Situé à l'entrée sud de la ville, dans une zone commerciale dynamique, cet espace de shopping convivial de 10 000 m² GLA* offre 8 nouvelles enseignes à la ville de Chalon-sur-Saône.

Ce projet, repris et financé par **Klémurs** en 2008, représente un investissement de **14,3 millions d'euros**. Ségécé, filiale de Klépierre, a assuré la maîtrise d'ouvrage et la commercialisation du centre.

Enrichir l'offre commerciale de l'agglomération

Le site vient renforcer la zone de Chalon Sud, le quartier commercial le plus attractif de la périphérie chalonnaise, et rayonne sur un bassin de consommation de 250 000 habitants. Il occupe en partie des terrains de la famille Labruyère, propriétaire du centre commercial Carrefour voisin.

Baptisé **Chalon Sud 2**, le centre est conçu comme un espace de shopping en plein air, agréable et facile d'accès.

Son offre commerciale vise la complémentarité avec celles du centre-ville et de la galerie commerciale de 50 boutiques du centre Carrefour à proximité.

Elle est constituée de **8 enseignes inédites à Chalon-sur-Saône**. Plusieurs ont déjà ouvert leurs portes cet été :

- **Boulangier**, l'enseigne d'électroménager du groupe Auchan (3 250 m² GLA*),
- le magasin **Tati** (2 275 m² GLA*),
- **Top Office**, le spécialiste des fournitures de bureau (1 050 m² GLA*),
- **Maxizoo**, le supermarché « tout pour les animaux » (685 m² GLA*),
- l'opticien **Grand Optical** (260 m² GLA*).

L'enseigne **Milonga**, filiale du groupe Cultura, spécialisée en instruments et cours de musique, ouvre aujourd'hui au public le plus grand magasin musical de Bourgogne sur 1020 m² GLA*.

Deux autres enseignes viendront compléter cette offre courant octobre :

- le centre de soins, bien-être et spa haut de gamme **Passage Bleu**, qui s'installera sur 220 m² GLA*,
- les **Relais de la Fête**, spécialiste des arts de la table et des accessoires de fêtes, qui proposera ses produits sur 1080 m² GLA*.

* GLA : Gross Leasable Area = surface de vente + réserves

Chalon Sud 2, une entrée de ville conviviale et qualitative

Pour proposer une entrée de ville agréable et qualitative, un travail important a été mené sur l'intégration à l'environnement et l'identité visuelle de Chalon Sud 2.

Le cabinet Sud Architectes a réalisé toute la conception architecturale du centre : les bâtiments présentent un revêtement foncé, élégant et sobre, en ligne avec le projet urbain de **modernisation de l'entrée de ville**.

L'identité visuelle du centre, conçue par l'agence Outsign, évoque, quant à elle, l'univers fluvial, en référence au port de plaisance des bords de Saône tout proche.

L'accent a aussi été mis sur l'accessibilité du centre. La signalétique, reprenant l'identité visuelle colorée, a été particulièrement renforcée. Pour accueillir les visiteurs, **237 places de parking** sont disponibles et autant de places dédiées aux vélos pour les clients qui pourront rallier le centre-ville en peu de temps grâce aux pistes cyclables menant jusqu'au centre commercial.

Chalon Sud 2 a permis de créer plus d'une **centaine d'emplois équivalent temps plein**. Le montant annuel net des loyers est estimé à **1,1 million d'euros**.

Grand jeu avec les commerçants du 1^{er} au 5 septembre

A l'occasion de l'inauguration, les commerçants proposent un jeu** aux visiteurs du centre avec des centaines de lots à gagner. Du 1^{er} au 5 septembre, en glissant les coupons disponibles dans tous les magasins dans la borne du Jeu située au cœur du site, ils sauront immédiatement si la chance leur sourit et s'ils ont gagné l'un des nombreux prix. Un VTT, des appareils photos numériques, des coffrets de soin « rêveries orientales », des guitares, des cours de musique, ... font partie des lots gagnants.

** Jeu sans obligation d'achat

A propos de

Klémurs, société d'investissements immobiliers cotée, détient un patrimoine valorisé à 614,2 millions d'euros au 30 juin 2009 réparti sur l'ensemble des régions françaises. Ce dernier se compose principalement d'actifs commerciaux unitaires situés dans des zones périurbaines et de commerces de pied d'immeuble en centre-ville.

Depuis son introduction en bourse en décembre 2006, Klémurs a engagé des partenariats avec de grandes enseignes nationales et se propose, en devenant propriétaire et gestionnaire de leur immobilier d'exploitation, de les accompagner dans l'externalisation de leur patrimoine et dans leurs opérations de développement.

Filiale de Klépierre à 84,1%, Klémurs bénéficie de son expertise et de son expérience de foncière de centres commerciaux, implantée dans 13 pays d'Europe continentale.

Pour en savoir plus : www.klemurs.fr

Klépierre, société d'investissements immobiliers cotée, **détient un patrimoine de 14,4 milliards d'euros au 30 juin 2009**. Ce dernier se compose de 89,3% de centres commerciaux (soit **275** centres détenus dans 13 pays), de 4,3% de commerces via Klémurs et de 6,4% d'immeubles de bureaux.

Maison-mère de Ségécé, Klépierre a pour 1^{er} actionnaire BNP Paribas, à hauteur de 52,0%. Alors que Ségécé est concepteur, commercialisateur et gestionnaire, Klépierre se positionne en investisseur à long terme. La combinaison de ces deux acteurs en fait le partenaire indispensable des villes et des enseignes pour la réussite dans la durée de leurs projets commerciaux.

Pour en savoir plus : www.klepierre.com

Ségécé maîtrise toutes les interventions contribuant à la création et la valorisation d'équipements commerciaux : études, conception, promotion, commercialisation, gestion locative et patrimoniale, direction de centre... Aujourd'hui l'un des premiers gestionnaires de centres commerciaux en

Europe avec un parc de **320** centres gérés, elle développe des centres de cœur de ville, des retail parks, de nouveaux projets en milieu péri-urbain et réalise également des extensions-restructurations du patrimoine existant.

- **Repenser le cœur commercial des villes**

Elle crée des ensembles uniques insérés dans le tissu urbain, complémentaires du commerce existant, qu'elle gère sur le long terme. Elle s'est fait une spécialité de ses opérations complexes. Depuis 2000, elle a ouvert les centres de cœur de ville d'Annecy, Boulogne-Billancourt, Poitiers, Valenciennes et Angoulême. Ségécé développe des projets en France à Aubervilliers, Besançon, gare Saint-Lazare à Paris, Vannes, en Hongrie à Budapest, à Portimao au Portugal ...

- **Réinventer des sites commerciaux existants**

Les équipes de Ségécé savent imaginer des solutions sur-mesure pour des sites vieillissants ou dont l'offre n'est plus adaptée. Transformer la configuration du site, concevoir un projet architectural global, rénover et faire venir les enseignes pertinentes pour créer un nouveau lieu de destination pour les clients, tel est l'objectif de ces opérations. En 2008, ont ouvert les extensions du centre Beaulieu à Nantes, de l'espace Romanette à Laon, du centre commercial Villejuif 7, du centre Jaude à Clermont-Ferrand et Saint-Orens près de Toulouse. En 2009, a été inaugurée celle de Nîmes Etoile et bientôt celles de Lomme et Blagnac.

Pour en savoir plus : www.segece.com

Contacts Presse :

Klépierre Ségécé

Camille Delomez

01 58 65 20 18

cdelomez@hdlcom.com

Violaine Danet

01 58 65 00 77

vdanet@hdlcom.com