

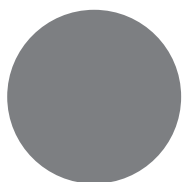


USINES
CENTER
PARIS • OUTLET

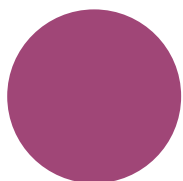




UNE ZONE DE CHALANDISE
PUISSANTE,
A ROBUST CATCHMENT AREA,



DES ENSEIGNES
A FORTE NOTORIETE,
LEADING FASHION BRANDS,



UNE CLIENTELE
DE CHOIX
A RICH CUSTOMER MIX,

USINES CENTER
L'OUTLET VERSION ORIGINALE
THE ORIGINAL OUTLET

ADVANTAIL /
OUTLET
MANAGEMENT

 **USINES
CENTER**
P A R I S • O U T L E T



Un site stratégique

A strategic site

●●● Un emplacement idéal

USINES CENTER PARIS OUTLET dispose d'un emplacement éminemment stratégique, au cœur de PARIS NORD 2 : un pôle économique et commercial de tout premier rang. A 5 minutes de l'aéroport Roissy-Charles de Gaulle, le site est desservi par cinq entrées directes depuis l'A1 et la Francilienne. De plus, la montée en puissance de l'opération EUROPA CITY à proximité immédiate confère au centre les meilleures perspectives de croissance. Dans le cadre de ce projet de territoire, l'extension de l'offre de transport public est prévue avec l'arrivée du métro en direct depuis Paris, ainsi que l'implantation d'une nouvelle zone résidentielle.

An ideal location

USINES CENTER PARIS OUTLET is strategically located at the heart of PARIS NORD 2 business park. Only five minutes from Roissy-Charles de Gaulle airport, the site has direct access via five junctions of the A1 and Francilienne motorways. In addition, the development of the EUROPA CITY dynamic city project on its immediate doorstep gives the centre great prospects for further growth. This regional project includes a planned extension of the public transport service, with a subway extension directly from the heart of Paris, as well as the establishment of a new residential area.



20 000 & 500
salariés employees & entreprises companies
sur la zone business on business park

24 enseignes hôtelières
sur la zone touristique
brand name hotels on the touristic area

4,5 M
de passagers/mois
passengers/month
Aéroport Charles de Gaulle

ZONE 1
730 000
habitants/resident

ZONE 2
1 200 000
habitants/resident

TOTAL
1 930 000
habitants/resident
à moins de 30 minutes
in less than 30 minutes



plus de
more than
10 millions
habitants/resident
à moins d'une heure
in less than one hour

●●● Une zone de chalandise puissante

Le potentiel commercial d'USINES CENTER PARIS OUTLET s'explique aussi par le nombre de sociétés (plus de 500) et la quantité d'employés (plus de 20.000) qui évoluent d'ores et déjà sur le site. De plus, PARIS NORD 2 bénéficie de la présence d'institutions phares parmi lesquelles les enseignes Ikea et Castorama ou encore le parc des expositions Paris Nord Villepinte. Cette dernière structure accueille tout au long de l'année des salons internationaux majeurs totalisant plus d'un million et demi de visiteurs par an, dont 30 % d'étrangers.

A robust catchment area

The potential of USINES CENTER PARIS OUTLET is justified by the large number of companies (more than 500) and the 20,000 employees already present on site. In addition, PARIS NORD 2 benefits from the presence of leading institutions, including retailers such as Ikea and Castorama, as well as the Paris Nord Villepinte exhibition centre. This exhibition centre hosts major international events throughout the year that attract more than a million and a half visitors annually, of whom 30% are foreigners.





Un positionnement gagnant

A winning formula

●●● Un pionnier de l'outlet

Fort de son ouverture en 1985, USINES CENTER fait figure de précurseur dans le développement des centres de marque en France. Un développement ininterrompu et qui porte le chiffre d'affaires annuel du marché de l'outlet au-delà du milliard d'euros. Les distributeurs spécialisés y trouvent une solution profitable à leurs problématiques de renouvellement et de stock, et les clients sont toujours plus nombreux à plébisciter ce mode de consommation qui leur permet d'accéder à moindre coût à leurs marques préférées.

An outlet pioneer

Since it opened in 1985, USINES CENTER has been a proud pioneer in the development of Factory Outlets in France. Uninterrupted development has brought the outlet market's annual turnover to over a billion euros in 2012. Specialised Retailers value its ability to find a profitable solution to their renewal and stock problems, and customers are increasingly turning to this mode of consumption, which lets them buy their favourite brands at lower prices.



centre ouvert
7j/7

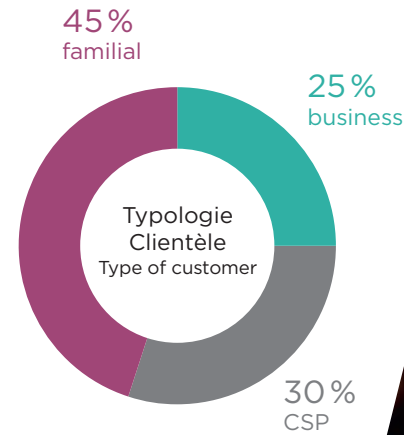
center opened
7 days a week

100
boutiques

16 500 m²
de surface commerciale
of commercial area

2,4 M
de visiteurs/an
visitors per year

4250
places de parking



●●● Une offre attractive

USINES CENTER compte plus de 100 boutiques, lesquelles proposent près de 300 marques de référence parmi lesquelles Guess, Petit Bateau, Levi's, Gérard Darel, Zapa, Aigle, Quiksilver, Salamander, Café Coton... Des enseignes sélectionnées pour leur positionnement qualitatif, à la fois tendance et familial, et leur complémentarité.

USINES CENTER bénéficie en outre d'une ouverture 7J/7 (ce qui représente un gain de 30% du CA annuel), d'une communication ciblée via une stratégie digitale interactive (internet, réseaux sociaux, tables tactiles) et des opérations promotionnelles phares.

An attractive offer

USINES CENTER has over 100 shops, offering nearly 300 market leading brands including Guess, Petit Bateau, Levi's, Gérard Darel, Zapa, Aigle, Quiksilver, Salamander or Café Coton. Shops are selected for their quality positioning, because they are both fashionable and accessible to families, and their complementary nature.

USINES CENTER also benefits from Sunday Trading, thus opening seven days a week (which represents a 30% gain in annual turnover), targeted communication via an interactive digital strategy (internet, social networks, touchscreen tables) and key promotional operations.

A rich customer mix

The quality of the location of USINES CENTER, and of its communication and offer is also reflected in the statistics. Geographically, 55% of its customers come from neighbouring départements. With regard to their profiles, the higher socio-professional (CSP+) and business (middle and executive managers working in the centre's immediate vicinity) categories account for more than 50% of the clientele. In terms of volume, the annual number of visitors to USINES CENTER is already beyond 2 million.

●●● Une clientèle de choix

La qualité de l'implantation d'USINES CENTER, de sa communication et de son offre se traduit aussi en chiffres. Géographiquement parlant, 55 % de nos clients proviennent des départements voisins. Du point de vue des profils, les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) et business (Cadres moyens et supérieurs travaillant à proximité immédiate du centre), représentent plus de 50% de notre clientèle. Le nombre de visiteurs d'USINES CENTER atteint déjà les 2 millions par an.

Une identité visuelle cohérente

Un fond noir, des bulles chics, des couleurs acidulées... C'est forte d'une identité visuelle affinée et modernisée qu'USINES CENTER communique désormais : en magasin, en affichage, en radio, mais aussi via le redéploiement digital.

A consistent brand & visual identity

A fashion black background, chic bubbles, bright colours...

With a visual identity that has been refined and modernised, USINES CENTER now communicates in-store, on publicity billboards, on the radio, and through the range of new digital communication channels.



Un site en mouvement

A dynamic center

●●● Une architecture repensée

Conscient des nouvelles exigences des consommateurs outlet, USINES CENTER a remis ses bâtiments, espaces extérieurs et espaces de vente au goût du jour. Les choix des matériaux et codes couleurs ont été revus, l'éclairage naturel privilégié, la présence du végétal favorisé. Parallèlement les enseignes ont été mises en avant, une nouvelle signalétique mise en place. D'une façon générale, le parcours client a été repensé dans une optique d'attrait, d'optimisation commerciale et de confort. Une nouvelle peau en adéquation avec la clientèle business et familiale d'USINES CENTER.

A redesigned architecture

Aware of the new demands of outlet consumers, USINES CENTER has brought its buildings, outdoor areas and retail spaces right up to date. The choice of materials and colour codes has been revisited, with priority given to natural lighting and vegetation. At the same time brands will be better signalled with the installation of new signage. In general, the customer experience has been redesigned to focus on attractiveness, business optimisation and convenience. A new look fully in line with the business and family clientele of USINES CENTER.



●●● Une restauration diversifiée

Il y a une vie avant et après l'achat ; c'est pourquoi USINES CENTER s'est attaché à proposer à ses clients une offre de restauration répondant à toutes les attentes : sandwicherie et saladerie pour un en-cas sur le pouce, cuisine du monde tendance pour une évocation culinaire, ou offre brasserie traditionnelle pour bien se requinquer. Ainsi nos enseignes de restauration font partie intégrante de l'attractivité d'USINES CENTER... au même titre que notre service d'accueil et de garderie ! La restauration constitue également un enjeu pour mieux fidéliser les employés des entreprises à proximité du centre, qui se voient offrir aujourd'hui peu de diversité et de qualité dans l'offre.

A variety of catering options

USINES CENTER is committed to offer its customers a wide range of eating options for all tastes: sandwiches and salads for a quick snack on the go, the latest in world cuisine for a culinary escape, or a classic French brasserie for more traditional fare. The different restaurants are also aiming to attract regular customers from the nearby businesses, which have had little choice in either diversity or quality until now.

●●● La stratégie digitale dynamisée

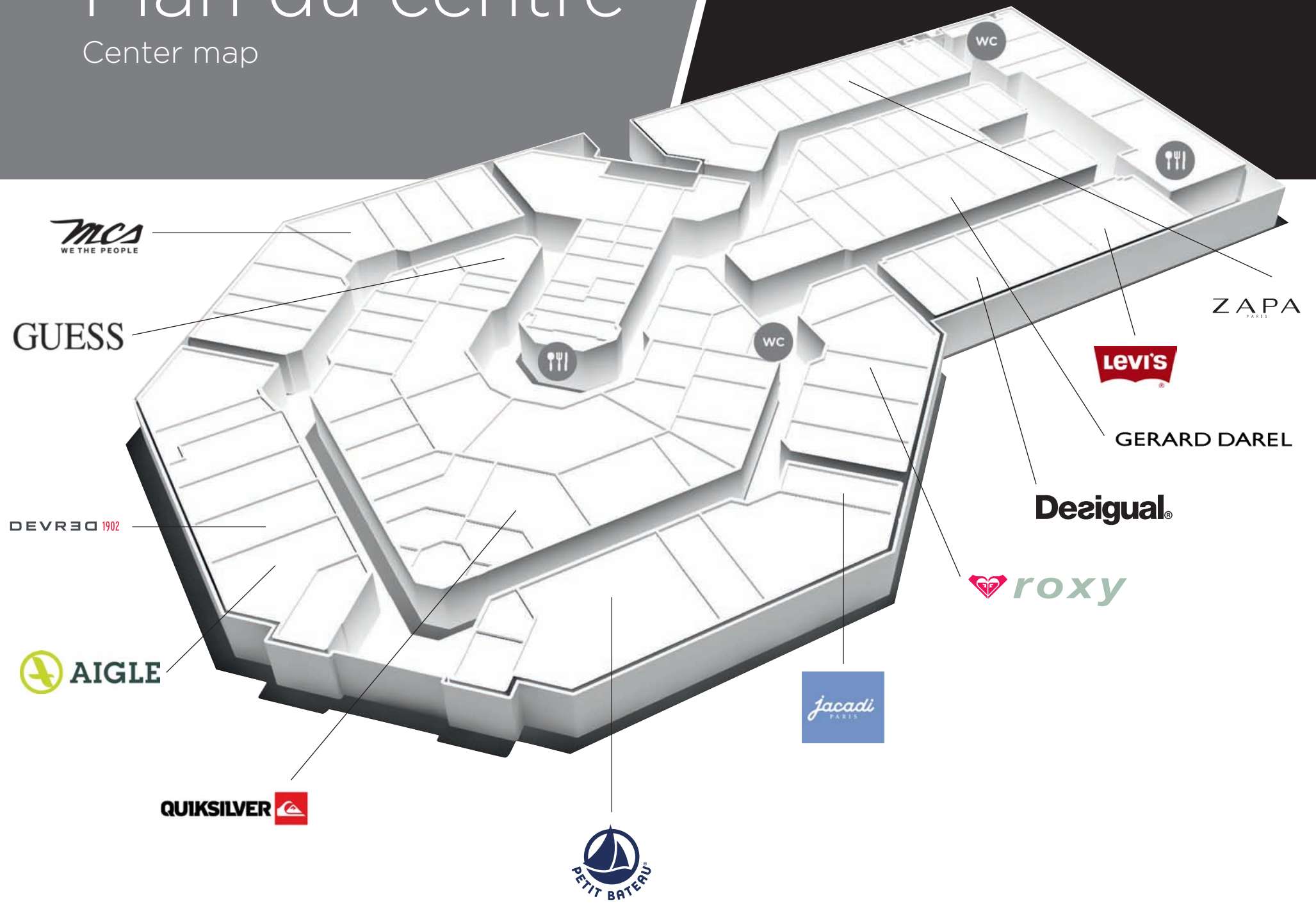
A travers de multiples améliorations dans l'architecture digitale globale (un tout nouveau site web moderne, attractif et interactif, le profil Facebook du centre remodelé et activé, et enfin une newsletter qui montre l'avantage prix et qui relaye les événements marketing de manière puissante), USINES CENTER gagne en audience et en visibilité de manière extrêmement significative, sur un canal en très fort développement (Smartphones et tablettes).

A revitalised digital strategy

A brand new website that is modern, attractive and interactive, the launch of the centre's revamped Facebook profile and a newsletter that effectively demonstrates the price advantage have boosted by a huge increase the audience and visibility of USINES CENTER via the fast-growing world of smartphones and tablets.

Plan du centre

Center map



MICA
WE THE PEOPLE

GUESS

DEVREO 1902

AIGLE

QUIKSILVER

PETIT BATEAU

jacadi
PARIS

roxy

Deazigual®

GERARD DAREL

Levi's

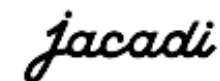
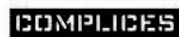
ZAPA
PARIS

WC

WC

WC

●●● De nombreux services
pour vous faciliter le shopping
Many services to make your shopping easier



AEW & ADVANTAIL/OUTLET MANAGEMENT

Opérateurs de centres Outlet nouvelle génération

Developing and running new generation outlet centres



●●● AEW Europe

AEW Europe est l'un des leaders européens du conseil en investissement et de la gestion d'actifs immobiliers pour compte de tiers. Implantée dans 9 pays d'Europe, au 30 juin 2012, AEW Europe et ses 270 collaborateurs géraient plus de 17,5 milliard d'euros d'actifs. La société offre à ses clients une gamme complète de stratégies d'investissement, allant des fonds "core" aux fonds "opportunistes", et gère une vaste palette de fonds sectoriels, de mandats de gestion ainsi que de clubs deals.

●●● ADVANTAIL

ADVANTAIL est une société indépendante, spécialisée dans la commercialisation et la gestion de centres commerciaux de marques de 4^e génération. Principalement centrée sur le tourisme commercial, le lieu, l'identité digitale et les services de qualité, elle a pour objectif la création de nouveaux sites à fort potentiel touristique et le redéveloppement de centres existants.



AEW Europe

AEW Europe is one of Europe's leading consultants in investment and management of real estate assets on behalf of third parties. Established in 9 European countries as of 30 June 2012, AEW Europe and its 270 employees manage assets worth more than 17.5 billion euros. The company offers its customers a full range of investment strategies, from core to opportunity funds, and manages a wide array of sector funds, management mandates and club deals.

ADVANTAIL

ADVANTAIL is an independent company specialised in developing, leasing and managing premium designer outlet centres. Mainly focused on commercial tourism, leisure, digital identity and quality services, it focuses on creating new sites with high tourism potential and redeveloping existing centres.







ADVANTAIL/PARIS
25 rue Jussieu • 75005 Paris
Tél. : +33 (0)1 47 058 663
information@advantail.com
www.advantail.com