

Dix-sept ans après son ouverture, le centre commercial leader du Grand Est parisien installe une trentaine d'enseignes nouvelles sous la verrière monumentale de son extension. Dont Primark, à la fin de l'été. Et rénove son ancien mall pour accueillir de nouveaux concepts.

Val d'Europe pousse ses murs et son offre sous une verrière

17 000 m²

La surface de l'extension, portant le total du centre à 105 000 m²

30

Le nombre de nouvelles enseignes, portant le total à 190

2000

La date de création du centre Val d'Europe

17 M

Le nombre de visiteurs par an

500 M €

Le chiffre d'affaires en 2016, avec un objectif de 700 M € après extension

1,4 M

Le nombre d'habitants dans la zone de chalandise, à moins de trente minutes de trajet

Source : Klépierre

C'est comme si Val d'Europe, l'un des centres commerciaux de France les plus longilignes dans son tracé, avait découvert la courbe et le virage pour s'agrandir ! Jusqu'à présent, en effet, le grand mall créé en 2000 à

Marne-la-Vallée (77), à l'est de la capitale, courait droit sur plusieurs centaines de mètres, pour déboucher sur celui tout aussi allongé du centre de marques La Vallée Village. Depuis le 12 avril, à mi-chemin de la galerie, vers la place de Seine, les visiteurs peuvent bifurquer, par deux entrées, sous une vaste verrière inspirée de celle du Grand Palais de Paris. Qui justifie, la nuit venue, son nom de place des Étoiles avec son immense suspension lumineuse. Il a fallu deux ans de travaux, depuis avril 2015, pour édifier cette ramification sur une dalle-pont jetée au-dessus des voies TGV de Marne-la-Vallée Chessy.

L'avantage de cette extension en rotonde est d'offrir une vue panoramique sur les grandes surfaces majeures, parmi la trentaine d'enseignes recrutées. Dont Uniqlo, Nike et JD Sports, qui ouvrira fin juin. Rituals, Lipault, Kickers, What For, Nyx et Havaianas entourent également la nouvelle place. Bershka s'y transfère sur plus de 1 300 m². Et H & M, mitoyen de l'extension, s'agrandit à plus de 3 000 m². Mais la plus grande surface de la place

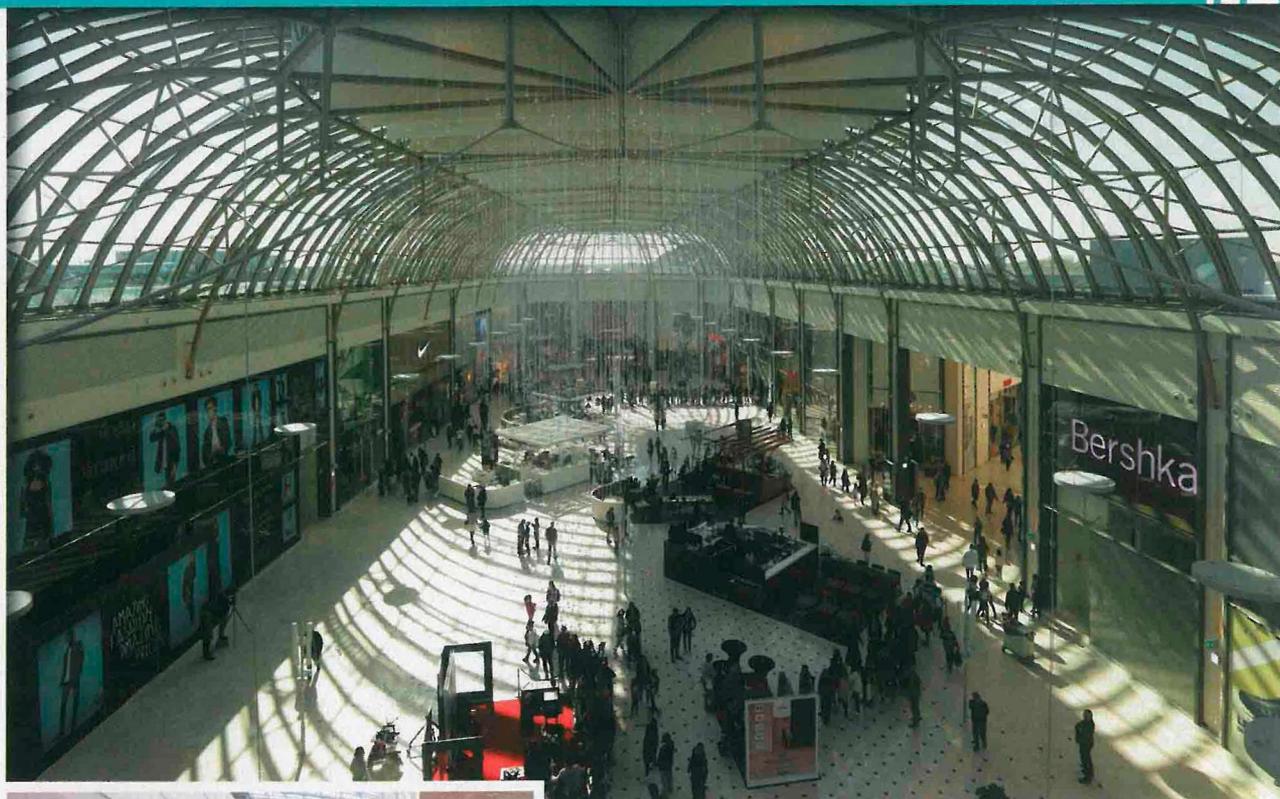
(7 480 m²) sera dévolue à Primark, à la fin de l'été. Lola Jones fait son entrée en centre commercial, sur l'un des nouveaux malls d'accès à la verrière, où Jennyfer et Springfield se transfèrent aussi.

Coup de jeune sur l'ancien mall

Les embellissements de Val d'Europe ne s'arrêtent pas là. Exit le vert olive et certaines surcharges de l'ancien mall, qui s'aère et s'éclaircit. Le *food-court* faisant la liaison entre Val d'Europe et La Vallée Village s'est également rajeuni en substituant Factory & Co, Exki, Big Fernand et Indiana Café à l'ancienne cafétéria Casino. Et la mutation se poursuivra avec l'installation d'une offre loisirs à la place des quatre étages de Castorama (14 000 m²), appelé à fermer en 2018.

Les 100 millions d'euros investis à ce jour par Klépierre et Axa dans la rénovation ne relèvent pas d'une opération survie ! Bien au contraire. Val d'Europe, vaisseau amiral de Klépierre, revendique une croissance ininterrompue de son activité depuis ses débuts. Le centre commercial affiche désormais 17 millions de visiteurs par an (dont 3 millions de touristes), fort de son voisinage avec Disneyland Paris (13,4 millions de visiteurs). Le tout étayé d'une ouverture du dimanche, effective depuis juin 2016, qui a accru le chiffre d'affaires d'environ 9 %.

DANIEL BICARD



© URBANO/JEAN PIERRE PORCHE/KLÉPIERRE



© ALFRED CROMBACK/KLÉPIERRE

▲ **UNE GALERIE RAJEUNIE**

Le vert olive et certaines surcharges héritées du design original de Val d'Europe ont été gommés pour privilégier la clarté, la sobriété et la lumière.

▲ **UNE VERRIÈRE INSPIRÉE DU GRAND PALAIS**

En rupture avec les malls alignant les enseignes, cette verrière de 24 m de haut, inspirée de celle du Grand Palais, à Paris, abrite un vaste espace en rotonde de 3000 m² sur 90 m de long éclairé par un lustre aux 6000 points lumineux.

▶ **KIOSQUES GOURMANDS**

La Cantine libanaise, Italian Trattoria ou le bar à chocolats Gagao font partie des huit kiosques ouvrant sous, la voûte.



© HELENE IN QUACH MUZES/KLÉPIERRE

© ALFRED CROMBACK/KLÉPIERRE



◀ **GRANDES SURFACES**

Uniqlo (1 603 m²) est la plus vaste surface neuve ouverte à ce jour. En attendant Primark (7 480 m²), qui se classera au 5^e rang, par la taille, du parc de l'enseigne en France. Et au passage, H & M s'agrandit aussi.



« Val d'Europe vise le top 3 des centres commerciaux français les plus fréquentés, avec 20 millions de visiteurs en 2020. »

Guillaume Lapp, directeur France et Belgique des centres commerciaux Klépierre

© N. OUIDJAN/KLÉPIERRE