



LE RENOUVEAU



#1. ÉDITOS



Depuis sa création en 1977, le centre V2 occupe une place privilégiée dans le cœur de ses clients et cultive sa différence : nous croisons régulièrement des visiteurs qui venaient enfants et qui reviennent aujourd’hui en tant que parents !

Cette fidélité si singulière pour un centre de shopping est la raison pour laquelle les copropriétaires du centre, Groupe Unibail-Rodamco, Auchan et Fonciflu, souhaitent, en orchestrant la rénovation de V2, réinventer le futur du centre en conservant son ADN, si cher aux habitués. Hissé au top des nouvelles tendances design, plus lumineux, cosy, riche d’une offre attractive et d’une politique de services d’excellence, le nouveau V2 est aujourd’hui en ordre de marche pour capter les plus grandes marques de mode, déco, prêt à porter, fooding... le futur de V2 commence aujourd’hui !

Fruit d’une co-construction entre les copropriétaires du centre, les collectivités et les acteurs économiques de Villeneuve d’Ascq, le nouveau V2, moteur du développement de son territoire, s’inscrit fièrement dans la dynamique et l’ambition du projet urbain global « Grand Angle ».

VALÉRIAN
MERCIER

Directeur
du centre V2

SOMMAIRE

- #1. Éditos
- #2. V2, le centre de shopping historique de la métropole lilloise, engage son renouveau
- #3. Home Sweet Home, la nouvelle dimension design de V2
- #4. Un accompagnement optimal du changement



GÉRARD
CAUDRON

Maire
de
Villeneuve
d’Ascq

VILLENEUVE D’ASCQ,
UNE VILLE EN MOUVEMENT !

Villeneuve d’Ascq est, depuis sa création, une ville pionnière résolument tournée vers l’avenir. Elle s’engage aujourd’hui dans un nouvel élan – Grand Angle –, un projet impulsé par la ville et la Métropole Européenne de Lille dont l’objectif est de cultiver son rayonnement et de développer son attractivité.

Le centre V2 joue un rôle particulièrement important dans cette nouvelle dynamique : c’est la raison pour laquelle nous avons souhaité que s’y engage un renouvellement ambitieux, vitrine de notre territoire et à l’image d’un centre ville du 21^e siècle. Ce projet, porté par le Groupe Unibail-Rodamco, est mené selon une méthode propre aux grands projets urbains contemporains : la co-construction entre partenaires publics et privés partageant la même vision, celle d’une ville de demain, à la fois hyperactive, hyperconnectée et agréable à vivre.

Le Maire que je suis ne peut que s’en féliciter.



|

#2.

V2, LE CENTRE
DE SHOPPING
HISTORIQUE
DE LA MÉTROPOLE
LILLOISE,
ENGAGE
SON
RENOUVEAU

|

Un centre historique
& puissant

Des atouts
exceptionnels

Les enjeux du
renouveau

V2 - Le renouveau

- 5 -

UN CENTRE HISTORIQUE & PUISSANT

1977
8 NOV. Ouverture
du centre V2

1983
AVRIL Inauguration du métro
ligne 1 arrivant au pied
du centre

1989 1^{ère} extension du centre :
• + 25 000 m² sur 2 niveaux

1992 2^{ème} extension du centre :
• + 2 800 m² sur 1 niveau
• + 3 600 m² de bureaux
sur 3 niveaux

2006 • Fermeture du cinéma
5 lumières
• Restructuration de la zone
avec les arrivées de C&A,
H&M et Bershka
• Rénovation des façades et
des mails du centre
• Création de la dalle haute
du parking

2017 Début des travaux
de la 1^{ère} rénovation globale
du centre (sols, plafonds
et murs)
JUILLET



131
enseignes,
dont certaines
premium et
exclusives :

Mode
Comptoir
des Cotonniers

La Fée
Maraboutée

IKKS

Le Temps
des Cerises

Mango

Zara

...

Beauté

Sephora

Nocibé

The Body Shop

MAC

Kiko

...

Restauration

Burger King

Starbucks

Palais des Thés

...

**Culture, loisirs
& multimédia**

Furet du Nord

Micromania

Oxybul

...

Art de vivre
Sostrene Grene

Maisons
du Monde

La Chaise
Longue

DES ATOUTS EXCEPTIONNELS



Près de
11,5 M
millions de
visites par an



57 100 M²
de surface
commerciale
sur 2 niveaux



1 hypermarché
Auchan de
près de
16 000 M²
de surface
de vente



1,8 M
de clients
potentiels
à moins
de 30 mn



Un attachement
de la clientèle
unique
en France :



3 050
places
de parking
gratuites

51%

des clients fréquentent
le centre a minima
une fois par mois
(vs 43%* pour des centres
de tailles et d'environnements
similaires à V2)

*Donnée Soft Computing 2017

Ultra accessible, V2 est desservi par :



Autoroutes
à proximité :
A1 (Paris),
A27
(Valenciennes)
et A25
(Dunkerque)



Ligne 1,
Direction 4
Cantons, station
Villeneuve
d'Ascq -
Hôtel de ville
(10 min depuis
Lille Flandres)



3 bornes V'Lille
à proximité
(Villeneuve
d'Ascq Hôtel
de Ville, Bd de
Valmy, Héron
Parc)



LES ENJEUX DU RENOUVEAU

Les repères-clés

PRÈS DE 20 M Investissement global (en euros)

57 100 M² GLA

11,5 M de visites en 2016

2018
ÉTÉ Fin des travaux

Architecte : SEURA Architectes (cabinet d'architecture-urbanisme ayant participé au redéveloppement du Forum des Halles)

Architecte d'intérieur : Saguez & Partners

Bureau d'Etude : Projex (Villeneuve d'Ascq)

« Parmi les pionniers du shopping il y a 40 ans, V2 méritait un véritable renouveau. Dans un contexte d'ultra fidélité et d'attachement de la part de ses visiteurs, nous avons repensé le centre dans un esprit cocon et familial, sans dénaturer l'existant.

L'objectif de ce « Home Sweet Home » : connecter V2 au centre-ville en s'intégrant complètement au projet « Grand Angle » et aux attentes des habitants d'aujourd'hui et de demain. Nous avons à cœur de réussir ce challenge architectural pour préserver l'ADN du centre (modernité, convivialité et art de vivre), nourrir son attractivité, réinventer l'expérience shopping pour que le visiteur se sente comme chez lui, qu'il soit fier de son centre et, bien sûr, continuer à offrir aux plus belles marques un véritable écrin d'exception afin qu'elles puissent exprimer au mieux leurs concepts. »

DOMINIQUE HAUTOIS

Directeur des investissements et des extensions/rénovations, Unibail-Rodamco

Depuis juillet 2017, le centre de shopping V2 a engagé son « renouveau », s'intégrant dans le projet urbain global « Grand Angle » de Villeneuve d'Ascq et de la MEL.

Construit en 1977, ce centre puissant et historique se rénove afin de proposer aux visiteurs un espace entièrement modernisé. Les travaux de rénovation du mail actuellement en cours permettront de déployer une nouvelle identité, inspirée par le thème « Home Sweet Home », et une nouvelle expérience client.

LE PROGRAMME DE RÉNOVATION DE V2, REPRÉSENTANT PRÈS DE 20 MILLIONS D'EUROS D'INVESTISSEMENT, RÉPOND À 2 GRANDS ENJEUX

ENJEU 1 > Un nouveau design au service de l'attractivité du centre

Le nouveau V2 s'inscrit dans la stratégie du Groupe Unibail-Rodamco : faire des centres de shopping de véritables lieux de vie, de partage et de loisirs. Par ce renouveau, le centre souhaite offrir un nouvel espace modernisé à ses enseignes et ses visiteurs. En restructurant le bâtiment existant et en optimisant les flux dans le centre, V2 entre dans une nouvelle ère design et s'inscrit dans les nouvelles tendances déco lifestyle. 40 ans après sa création, le centre affirme son positionnement famille et jeunes actifs.

ENJEU 2 > Accompagner le rayonnement croissant de V2, inscrit dans la dynamique du projet urbain « Grand Angle »

C'est probablement le projet le plus attendu par les habitants de Villeneuve d'Ascq depuis la création de la ville en 1970. La mairie de Villeneuve d'Ascq a donc souhaité recomposer un véritable centre-ville pour les 63 000 habitants de la commune ainsi que les 45 000 étudiants des Universités de Lille 1 et Lille 3.

Pour rappel, la proposition principale de Grand Angle est de créer 3 grandes places :

- La place citoyenne : une place relocalisée en bordure de site et aménagée dans l'esprit d'une Maison Citoyenne, ouverte sur la ville et accueillante pour les habitants.
- La place verte : avec le Forum Vert en plein centre de l'axe citoyen et connecté au pôle d'échanges.
- La place commerciale : connectée à la place citoyenne et au pôle d'échanges (bus,métro), avec en pivot le centre V2, repensé et ouvert sur la ville avec une connexion de la place citoyenne jusqu'au Héron Parc.

Ce projet, qui sortira de terre d'ici 2024, a pour objectif de dynamiser davantage la ville et la rendre encore plus attrayante.



|
#3.
HOME
SWEET
HOME,
LA NOUVELLE
DIMENSION
DESIGN
DE V2
|

La pierre

Le bois

La brique

Pour le renouveau de ce centre, l'agence Saguez & Partners en charge de l'architecture intérieure du centre, a défini le thème de « Home sweet home ». Au-delà du centre de shopping, il s'agit d'en faire un lieu cocon, de vie, de loisirs et d'échanges.

Mise en œuvre par Saguez & Partners, la rénovation de V2 met en scène 3 matériaux authentiques, bruts et naturels :

- La pierre pour les sols afin de rythmer l'architecture avec des principes de trames chevrons
- Le bois pour les plafonds en vue de moderniser l'architecture actuelle
- La brique permettant d'habiller et de structurer les murs.

Résultat : une nouvelle atmosphère chaleureuse, empreinte de confort pour se sentir « comme à la maison » et où l'on aime se retrouver en famille ou entre amis.

1. Pierre marbrière grise clair 2. Grès cérame imitation bois chaud 3. Pierre marbrière grise foncée 4. Insert en laiton 5. Carreau de grès cérame pleine masse 6. Moquette chinée greige clair 7. Camaieu de simili cuir 8. Tôle laquée RAL 8019 9. Verre laqué blanc 10. Miroir 11. Plafond bois lazuré blanc 12. Plafond bois red cedar

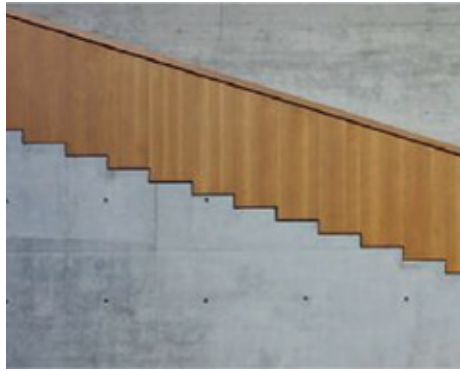


LA PIERRE

Les sols des mails et des sas d'entrée seront renouvelés et remplacés par des sols en pierre aux teintes intermédiaires et à l'aspect brut et authentique. Les ganses seront traitées en pierre ASSISNIS finition polie pour marquer la délimitation entre les mails et les boutiques, le pourtour des trémies, les différents renforcements et les entrées. Le reste du sol sera traité en marbre de carrare entrecoupé de bandes 45° en pierre ASSISNIS finition polie pour créer des jeux d'interruptions et de différenciation en lien avec le dessin des faux-plafonds.

Des piliers apportant un effet d'arches avec des matériaux nobles et authentiques (pierre du Hainaut, miroir bronze, verre laqué blanc et acier), sur lesquels on retrouve une applique discrète, au design simple et épuré, avec un éclairage chaud.





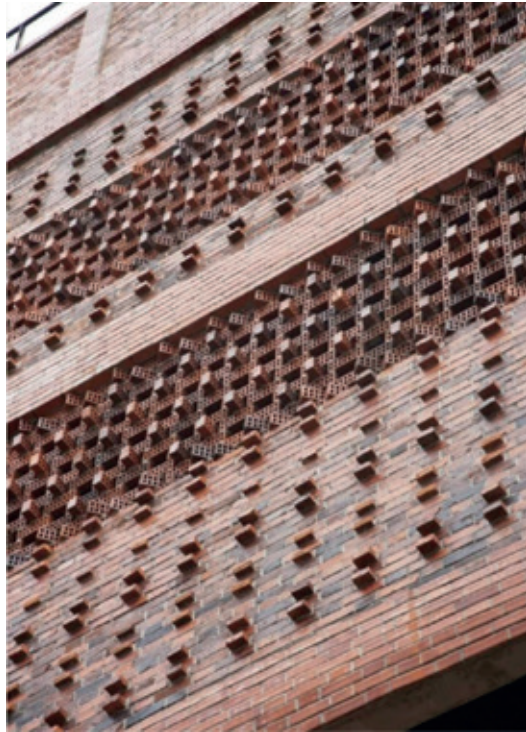
LE BOIS

1 MATÉRIAU / 4 EXPRESSIONS

- **Le mail des lampes :**
en complément des faux plafonds génériques en lames de bois blanchi, ajout de suspensions en bois de tailles et d'altimétries différentes venant réchauffer l'atmosphère et rythmer les trémies
- **Le mail des grandes verrières :**
intégration du bois permettant de structurer l'architecture en apportant une trame graphique et identitaire du lieu
- **Le mail de la grande pergola :**
le bois en lames larges, de teinte miel venant réchauffer et structurer le mail gourmand
- **Des escaliers en bois pour traiter les liaisons verticales :**
la noblesse des matériaux permet de donner un aspect chaleureux et cosy et de se sentir « comme à la maison »

LA BRIQUE

Matière brute, naturelle et authentique, permet d'habiller graphiquement et de structurer les murs.



« 40 ans après la construction de V2, le centre se refait une jeunesse.

Le nouveau design s'appuie sur un élément phare : créer une atmosphère chaleureuse, empreinte de confort et de bien-être. Les matériaux utilisés (le bois, la brique et la pierre), le design, le mobilier, ... s'harmonisent et donnent le sentiment d'être comme chez soi. V2 devient ainsi un endroit où les visiteurs aiment se retrouver en famille ou entre amis, un lieu de plaisir, d'échanges et de découvertes. »

GWENAËL PLESSE

Directeur de Création Projet -
Saguez & Partners



| #4. UN ACCOMPAGNEMENT OPTIMAL DU CHANGEMENT |

V2 - Le renouveau

- 17 -

Communication,
 accueil et services
 renforcés :
 les visiteurs
 au cœur de toutes
 les attentions
 pendant
 les travaux

COMMUNICATION, ACCUEIL ET SERVICES
RENFORCÉS : LES VISITEURS AU CŒUR
DE TOUTES LES ATTENTIONS PENDANT LES
TRAVAUX

Pendant les 12 mois de travaux,
le confort des visiteurs est au cœur de
toutes les attentions de la direction
du centre : signalétique et panneaux
d'information depuis les abords
jusqu'au cœur du centre.

À chaque étape, le visiteur est accueilli,
guidé et accompagné.



DES TRAVAUX EXCLUSIVEMENT DE NUIT

Chaque jour, commerçants et visiteurs
continuent de travailler et de fréquenter
V2 en toute tranquillité. Durant la nuit,
changement de décor : les allées de
V2 voient s'activer des dizaines de
professionnels du bâtiment.

Leur challenge :
contribuer au renouveau de V2
du sol au plafond tout en
minimisant les perturbations
pour la vie du centre.

Concernant les logements situés à
proximité du centre, un protocole
« horaires et logistique » a été mis en
place afin de limiter les nuisances
sonores liées aux travaux nocturnes.



#5.

À PROPOS DE

AUCHAN

Auchan France, activité hypermarchés
de Groupe Auchan en France, exploite
126 hypermarchés qui ont enregistré
289 millions de visites clients en 2012.

L'entreprise compte 52 500
collaborateurs en CDI, dont plus de
90 % sont actionnaires de l'entreprise.
Elle est présidée par Arnaud Mulliez.
Son objectif est d'améliorer le
pouvoir d'achat et la qualité de vie
du plus grand nombre des habitants
de ses zones d'implantation avec
des collaborateurs responsabilisés,
professionnels, passionnés et
considérés.

FONCIFLU

Fonciflu est la foncière de l'enseigne
de restauration Flunch.

Flunch a été créé en 1971 et est depuis
devenue la 1^{ère} chaîne de restauration
de libre-service en France. Aujourd'hui,
Flunch, c'est 255 restaurants en France
dont 83 franchisés (Flunch V2 plus
grand Flunch de France).

**Chiffres-clés : CA 2016 : 595 M d'euros
/ 7000 collaborateurs / 52 M de repas
servis par an.**

Depuis 47 ans, la très grande majorité
du chiffre d'affaires est réalisée sur
place et à emporter, rendant ainsi
accessible le restaurant au plus
grand nombre. Aujourd'hui, Flunch
travaille à rendre accessibles toutes les
restaurations pour permettre à chacun
de fluncher où il le souhaite, comme il
le souhaite à chaque moment de vie.

UNIBAIL-RODAMCO

Créé en 1968, Unibail-Rodamco est le
premier groupe coté de l'immobilier
commercial en Europe, présent dans
12 pays de l'Union européenne et doté
d'un portefeuille d'actifs d'une valeur
de 35,7 milliards d'euros au 30 juin 2015.

À la fois gestionnaire, investisseur et
promoteur, le Groupe couvre toute
la chaîne de valeur de l'immobilier.
Grâce à ses 2 085 employés,
Unibail-Rodamco applique ses
savoir-faire à des segments de
marchés spécifiques comme les
grands centres commerciaux des
villes majeures d'Europe, ou comme
les grands bureaux ou centres de
congrès-expositions dans la région
parisienne.

Le Groupe se distingue par sa volonté
d'obtenir les meilleures certifications
environnementales, architecturales et
urbanistiques.

Sa vision durable et à long-terme se
concentre sur les développements
ou redéveloppements de lieux de vie
attractifs et accueillants pour y faire
du shopping, y travailler et s'y relaxer.
L'engagement d'Unibail-Rodamco en
matière de développement durable,
économique et social a été reconnu
avec son inclusion dans les indices
DJSI (World et Europe), FTSE4Good et
STOXX Global ESG Leaders. Le Groupe
est membre des indices CAC 40 à Paris,
AEX 25 à Amsterdam et EuroSTOXX
50. Il bénéficie d'une notation A par
Standard & Poor's et Fitch Ratings.

CONTACTS PRESSE V2

Agence
Mot Compte
Double

03 20 74 95 23

ALEXANDRA BREYNE

abreyne@motcomptedouble.fr

06 30 81 90 17

ÉMILIE VAN DURME

evandurme@motcomptedouble.fr

07 87 94 96 11

CONTACTS PRESSE

UNIBAIL-RODAMCO

MARION LÉONET

marion.leonet@unibail-rodamco.com

07 61 75 69 77

Conception : Mot Compte Double : Crédits photos : ©Unibail-Rodamco, ©Saguez&Partners, ©Istock photos



CENTRE COMMERCIAL V2 _ BD DE VALMY 59650 VILLENEUVE D'ASCQ