

CARRÉ SÉNART

La métamorphose
2015-2017



Dossier de presse - Avril 2015



CARRÉSÉNART, CENTRE RÉFÉRENT DU GRAND SUD PARISIEN

“Dans les années 90, lorsque nous avons conçu carrésénart, nous avons fait le pari de l’innovation ! Nous avons construit un centre de destination situé au cœur d’un territoire en devenir et caractérisé par une offre unique de shopping et de loisirs : une première pour l’époque !

Dès la première année, cette démarche innovante a rencontré un véritable succès, qui n’a fait que croître depuis. Unibail-Rodamco a donc décidé de prolonger cette success-story en investissant 230 millions d’euros pour rénover et étendre le centre.

Avec 30 500 m² supplémentaires et une signature design d’une exceptionnelle qualité, carrésénart renforcera encore sa place incontournable de centre référent du grand sud parisien.”

Valérie Britay,
Directeur Général Retail France – Unibail-Rodamco



CARRÉSÉNART, AU CŒUR D'UN TERRITOIRE EN PLEINE EXPANSION

1^{er} centre Unibail-Rodamco
certifié Breeam In – Use double "Very Good"
en France (2011)

1^{ere} ouverture de Hollister
en France (2011)

1^{ere} ouverture d'un Apple Store
dans la région (2011)

1^{er} Gaumont de France,
5^{ème} cinéma de France en nombre d'entrées

1^{er} centre Unibail-Rodamco
labelisé 4 étoiles (2012)

1 hypermarché de 14 000 m²
de surface de vente

CARRÉSÉNART, L'UNE DES PLUS BELLES SUCCESS-STORY DU GROUPE UNIBAIL-RODAMCO

Prévoyant initialement 8 millions de visites, le centre accueille dès sa 2^{ème} année d'exploitation 11 millions de visites et culmine à 14,8 millions en 2014.

Des chiffres de fréquentation record qui s'expliquent par:

- **Une zone de chalandise exceptionnelle, au cœur de 10 communes:**
 - 2,2 millions d'habitants pour la zone 0-30 min et 2,9 millions d'habitants à 1 heure (hors Paris),
 - 63 % de visiteurs de moins de 44 ans et 34% de CSP+ contre 25% en région parisienne.

• Une offre commerciale riche:

- 138 commerces incluant des enseignes internationales de premier plan comme Apple Store et Hollister,
- des incontournables tels que Sephora, Gap, Mango, Zara ou encore H&M.

• Une vraie qualité d'accueil et de services:

carrésénart a été le 1^{er} centre de shopping du groupe Unibail-Rodamco à obtenir la labellisation 4 étoiles, en 2012.

Fort de 82 500 m² GLA, le centre répond à l'ensemble des besoins d'une clientèle francilienne fidèle à carrésénart comme l'atteste les 85% de clients réguliers et un taux de transformation de 83%, largement supérieur à la moyenne nationale des centres du groupe Unibail-Rodamco qui est de 77%*.

CARRÉSÉNART, VÉRITABLE CENTRALITÉ DE LA ZAC DU CARRÉ

C'est en 1960 que naît la ville nouvelle de Sénart, alors constituée de 18 communes, réduite au nombre de 10 par la suite. A partir de 1986, des études d'aménagement sont réalisées pour développer un espace central à même de dynamiser le territoire.

Cela aboutit, en 1996, à la création de la ZAC du Carré, un espace de 220 hectares, structuré autour d'un centre de shopping, **carrésénart**. Son ouverture, en 2002, s'avère être une étape déterminante dans le développement de services et d'équipements de cette agglomération.

L'attractivité générée par le centre contribue à la création de nouveaux projets visant à faire rayonner l'ensemble du territoire:

- **Shopping Parc**, 38 000 m² de shopping et de loisirs complémentaires à carrésénart depuis 2007
- **Tertiaire**, plus de 40 000 m² de bureaux et un important pôle administratif
- **Théâtre-Sénart**, 3 salles modulaires, soit 1 600 places réparties sur 6 330 m², prévu pour l'automne 2015
- **Campus ICAM**, campus vert réparti sur 23 000 m² pour accueillir 1 000 étudiants à terme.
- **Clarion Suites Sénart Paris Sud**, une résidence hôtelière 4 étoiles
- **Koezio**, 3^{ème} implantation française de ce parc d'attractions innovant sur 6 000 m²

UNE EXTENSION-RÉNOVATION DE 230 MILLIONS D'EUROS

Entre développement urbain et respect de l'environnement, la Communauté d'agglomération de Sénart assure le développement du territoire de façon maîtrisée et raisonnée et préserve ainsi la qualité de vie de sa population.

La rénovation et l'extension de **carrésénart** s'inscrivent dans cette démarche, impulsée par la ville et portée par le Groupe Unibail-Rodamco, propriétaire du centre.

Avec un investissement de 230 millions d'euros dédié à l'extension et au renouveau de carrésénart, Unibail-Rodamco s'engage pour renforcer encore l'attractivité du centre et de son territoire.

Cela se traduit par :

- **une extension de 30 500 m²** et la création d'un mail en boucle,
- **la création de 1 000 places de parking**,
- **la rénovation de la partie existante** pour un espace unique et unifié.

Les objectifs de **carrésénart**:

- | | |
|---|-------------------------------------|
| • Visites annuelles : | • Nombre de commerces : |
| 18 millions à horizon 2020 | 203 commerces |
| (vs 14,8 millions aujourd'hui) | (vs 138 aujourd'hui) |
| • Surface commerciale GLA : | • Places de parking : |
| 113 000 m ² (vs 82 500 m ² aujourd'hui) | 5 500 places (vs 4 500 aujourd'hui) |



LE NOUVEAU CARRÉSENART : CHALLENGE ARCHITECTURAL ET DESIGN UNIQUE

JEAN-PAUL VIGUIER, UN ARCHITECTE DE RENOM AU SERVICE D'UN CONCEPT INNOVANT

Pour cette nouvelle étape, Unibail-Rodamco s'est naturellement tourné vers Jean-Paul Viguier, architecte de renom à l'origine de **carrésenart**.

Une extension de 30 500 m² et la création d'un mail en boucle

L'extension de **carrésenart** se matérialisera par la création d'un nouveau mail réparti sur deux niveaux - devant le bâtiment existant et dans la partie centrale du "triangle" - soit près de 30 500 m² de surfaces commerciales supplémentaires. Le mail bouclera le parcours existant, permettant une meilleure fluidité dans le cheminement du client.

Les deux niveaux bénéficieront de la lumière naturelle grâce aux larges verrières imaginées par l'architecte et seront rythmés par de nombreux points de rencontres et aires de repos pour offrir aux visiteurs des conditions de confort optimales.

Une ligne architecturale conservée

L'architecture d'origine de **carrésenart** a été pensée pour s'inscrire dans un ensemble végétal de forme carrée. La conservation de cette forme, qui influence la lumière et la perception du centre, est l'un des défis de ce projet architectural et commercial. Le carré joue ici un rôle de repère, qu'il est impératif de préserver, tout comme la ligne architecturale qui fait l'identité de **carrésenart**, à savoir :

- pureté géométrique,
- horizontalité,
- couleur blanche.

Les matériaux seront quant à eux traités dans la continuité de l'existant, mélange de métal et de verre.

Le projet ne se contente pas d'agrandir la construction existante, il renforce la présence urbaine en dotant le centre d'une nouvelle façade, véritable "événement" architectural.

La façade de verre, symbole de l'extension-rénovation de **carrésenart**

La création d'une imposante façade de verre de 21m de haut et 104m de long, apposée comme une seconde peau, est l'occasion pour Jean-Paul Viguier de réaliser le cube de verre transparent, qu'il avait imaginé à la création de **carrésenart**. Par ce geste architectural fort, il en fait le symbole de ce projet d'extension/rénovation, sans en dénaturer l'ADN original. Le revêtement de la nouvelle façade sera constitué de panneaux de verre dépolis.

RENAISSANCE DU DESIGN INTÉRIEUR DE CARRÉSENART IMAGINÉE PAR OLIVIER SAGUEZ

"Nous avons défini un thème qui s'insère dans une architecture aux très beaux volumes : Nature Active. Nature car le centre est au cœur des forêts de Sérent et de Fontainebleau, une nature très forte et ressourçante. Active car c'est une grande promenade à travers un shopping pointu, innovant et énergique."
Olivier Saguez, designer

Saguez & Partners a créé une promenade animée et lumineuse inspirée des forêts qui entourent le centre, et de l'énergie de **carrésenart**. La lumière naturelle a ainsi été travaillée pour former des jeux d'ombres et de lumières, propres à la forêt. Trois tonalités de chêne, du plus clair au plus foncé, accentuent le jeu de perspectives et de rythmes.

Clin d'œil aux rochers de la forêt de Fontainebleau, des "tailles brutes de rocher" habillent les sols et animent le mail par des jeux obliques. Appliquée sur l'ensemble des 46 000 m² du centre, ce sol très original crée une unité en assurant la continuité entre la partie d'origine et la nouvelle extension.

La promenade d'une longueur de 3,2 kilomètres est ponctuée par trois grandes places, véritables repères :

- au centre, la **Canopée** et ses essences végétales issues de la forêt plantée de majestueux Ficus cinq-vingtaines,
- à l'est, la **Source** structurée par un grand miroir d'eau évoquant les mares de la forêt incite au calme et à la méditation,
- à l'ouest, la **Terrasse** vient dynamiser l'offre de restauration.

*"Ce projet est bien plus qu'une simple extension de **carrésenart**. C'est une vision revisitée du bâtiment par une architecture de verre et de lumière ; une éclatante façade d'accueil pour des visiteurs invités à venir découvrir un mail nouveau et de nombreuses surprises dans l'aménagement intérieur"*

Jean-Paul Viguier, architecte

UN PROJET D'ENVERGURE DÉVELOPPÉ DURANT 30 MOIS

Une qualité d'accueil et de confort optimale préservée

Les travaux d'extension et de rénovation de **carrésénart** seront menés en plusieurs étapes entre 2015 et 2017.

JANVIER 2015:

TRAVAUX PRÉPARATOIRES (6 MOIS)

- Création d'un parking provisoire de 600 places,
- Des travaux d'élargissement des voies seront menés par étapes successives à l'été 2015 pour fluidifier et réguler la circulation aux abords du centre.

MAI 2015:

TRAVAUX DU PARKING (26 MOIS)

1 000 places de parking supplémentaires seront créées par l'ajout d'un troisième niveau de parking.

LANCEMENT DE L'EXTENSION PAR ETAPES CONCOMITANTES

Une étape clé du projet avec la construction de l'extension et la création de son nouveau mail réparti sur deux niveaux, qui viendra accueillir entre autres *Les Galeries Lafayette* sur 6 000 m² de surface de vente :

- Extension de **carrésénart** zone Triangle (28 mois),
- Extension de **carrésénart** Aile Est et Aile Ouest (20 mois).

AUTOMNE 2016 :

RENOVATION DU MAIL EXISTANT

La dernière année du projet sera consacrée à la modernisation de la partie existante de **carrésénart**.

L'enjeu de cette ultime étape sera de créer un espace unique dans lequel architecture, design, luminosité et acoustique seront en harmonie totale.

Le bien-être et l'épanouissement des visiteurs au cœur de nos préoccupations durant la période des travaux.

"Nous avons à cœur d'impliquer les visiteurs dans notre projet en leur offrant des animations festives, culturelles et divertissantes entièrement gratuites durant les travaux. La création en 2015 d'un programme de loisirs surprenant, ponctué par l'arrivée d'un potager ou d'un solarium au printemps, ne sont qu'un avant-goût des nombreux services et loisirs que nous proposerons à nos visiteurs d'ici 2017"

Véronique Margerie, Directrice de **carrésénart**.

LES RENDEZ-VOUS 2015:

- **Fin avril 2015 :** Ouverture d'un solarium pour une pause détente sur le parvis de **carrésénart**
- **9 mai 2015** Événement surprise pour l'ouverture du **Parking Canal**
- **27 mai 2015 :** Dévoilement du potager "Carrément Nature" et de ses ateliers
- **6 juin 2015 :** Démolition box, un événement festif pour lancer les travaux
- **Juillet-Août 2015 :** Carré Plage, le rendez-vous estival de **carrésénart**
- **17 au 31 octobre 2015 :** Exposition Ère de Glace

Le kiosque travaux

Un espace d'information dédié au projet pour faire découvrir l'extension-rénovation aux visiteurs et leur permettre de suivre l'avancée des travaux.

Le nouveau **carrésénart** n'aura ainsi plus aucun secret pour ses visiteurs grâce à des maquettes, informations pratiques, flyers, vidéos du projet mis à disposition. Une hôtesse sera aussi présente pour répondre aux nombreuses questions.





CARRÉSÉNART, LA DESTINATION RÉFÉRENTE DU GRAND SUD PARISIEN

Par sa capacité à comprendre et à s'adapter à l'évolution des tendances en matière de consommation, Unibail-Rodamco souhaite imposer Carrésenart comme l'espace de culture, de commerces et de divertissements de référence du Grand Sud Parisien.

FAIRE DE CARRÉSÉNART UNE RÉFÉRENCE DE LA MODE

Avec son extension et sa rénovation, Carrésenart a pour objectif de devenir LA destination mode du Grand Sud Parisien. Le centre proposera d'ici à 2017, de nombreuses nouvelles enseignes pour une offre de shopping diversifiée et accessible.

Avec l'ouverture des Galeries Lafayette, Carrésenart offrira un retail mix exceptionnel. Le futur magasin occupera une surface de vente de plus de 6 000 m² répartis sur 2 niveaux, au sein de la future extension. Il proposera une offre large de produits allant de l'accessible au haut de gamme pour l'homme, la femme, l'accessoire, la beauté et la lingerie.

“Le renouveau de Carrésenart passe par l'enrichissement de notre offre de shopping. Répondre aux envies et nouveaux besoins de nos visiteurs par un mix d'enseignes inégalé est une priorité que nous partageons avec nos commerçants”
Véronique Margerie, Directrice de Carrésenart.

UNE DESTINATION LOISIR-PLAISIR POUR TOUTE LA FAMILLE

Carrésenart est aussi un lieu de vie et de loisirs qui s'inscrit dans la dynamique du territoire de Sénart. En faisant de la restauration, la convivialité et la détente des enjeux d'avenir, Carrésenart renforcera son positionnement familial, d'ores et déjà incarné par la présence de nombreux services, d'espaces de loisirs et divertissement et d'enseignes de culture : un **Poney Club gratuit de 1 250 m², le plus grand bowling de France avec ses 32 pistes sur 5 000 m², le 5^{ème} cinéma de France, le 1^{er} potager “carrément nature” dans un centre de shopping en France, des jeux d'eau pour les enfants aux beaux jours...**

Avec 20 restaurants et 16 pauses gourmandes au total prévus d'ici 2017, Carrésenart proposera une offre de restauration unique sur 9 800 m² de surfaces intérieures et extérieures. Une offre incarnée par la Dining Plaza, un lieu de vie de 5 600 m² qui accueillera pas moins de 14 restaurants et 2 pauses gourmandes. Carrésenart s'impose ainsi comme un centre de destination répondant aux besoins et aux envies des familles et des actifs du territoire de Sénart.



Contacts Presse

Pauline Duclos-Lenoir

Pauline.duclos-lenoir@unibail-rodamco.com
06 19 81 11 59

Laura Gayoux

lgayoux@influelse.fr
07 76 87 68 94

Mélissa Ouakrat

mouakrat@influelse.fr
07 61 09 23 04