

# IMMOBILIER COMMERCIAL ET POINT CONJONCTURE 2010

## Sommaire

> Eurelia, European federation of international retailers <i>En partenariat avec Retail &amp; Trade Marketing en Espagne</i> .....	2
> Note méthodologique de l'étude.....	2
> Les projets en stock par pays : évolution 2010/2002.....	3
> Tour d'horizon européen.....	3
> Focus sur les pays majeurs.....	5
> Actualités de la Fédération Eurelia.....	11
> Contacts presse.....	13

## > **Eurelia, European federation of international retailers** **En partenariat avec Retail & Trade Marketing en Espagne**

Créée il y a plus de 19 ans par Michel Pazoumian et Emmanuel de Labarre, respectivement Délégué Général et directeur de Procos, Eurelia permet aux enseignes du commerce spécialisé d'aborder de nouveaux pays d'implantation en leur proposant une approche globale des marchés européens, des études de grandes villes européennes, et une base de données des projets commerciaux.

La fédération Eurelia se divise en deux clubs Eurelia Espagne/Portugal et Eurelia Europe, qui fonctionnent à l'identique : 12 réunions par an (6 à Barcelone et 6 à Paris selon la division) qui permettent aux enseignes adhérentes d'échanger sur leurs chiffres d'affaires, loyers, marchés cibles, conjoncture par pays.

En 2010, le Club Eurelia Europe a publié pour ses adhérents plus de 8 nouvelles études en Europe et au Maghreb, a suivi plus de 1.500 projets immobiliers commerciaux, et apporté un lieu d'échange pour débattre de la conjoncture et du potentiel de nombreux marchés pour ses adhérents : Europe Centrale, Asie, Russie...

Le Club Eurelia Espagne/Portugal est animé en partenariat avec Retail & Trade Marketing, cabinet de Marketing indépendant basé à Barcelone, expert en Etudes de Marché et de Comportement du Consommateur auprès des plus grandes enseignes et promoteurs, et présidé par Ricardo Rustarazo. Cette collaboration dure depuis 20 ans.

La totalité des enseignes adhérentes de la Fédération Eurelia, représentent sur les 2 clubs confondus, plus de 33.000 points de vente à travers le monde.

## > **Note méthodologique de l'étude**

Toutes les données publiées dans ce document sont extraites des bases de données des Fédérations PROCOS (données sur la France) et EURELIA (données sur l'international, en partenariat avec Retail & Trade Marketing pour l'Espagne).

Dans ces bases de données sont recensés et suivis : tous les projets commerciaux en développement (galeries d'hypermarché, P.a.c, extensions d'opérations existantes, magasins d'usine, galeries de gare et d'aéroports...) répondant aux critères suivants :

- > une surface commerciale GLA > 4.000 m<sup>2</sup>
- > une programmation incluant un minimum de 4 unités commerciales, ce qui signifie que les moyennes surfaces en solo, les hypermarchés sans galerie... ne sont pas inclus dans ces bases
- > une validation de réalisation effective du projet

Quand il est mentionné dans nos tableaux "projets de la base 2010", cela signifie : tous les projets commerciaux que nous avons recensés en 2010, sans aucune relation avec la date d'ouverture de ces projets qui peut intervenir en 2010, 2011, 2012...

Ne sont pas compris dans nos statistiques internationales : La Grande Bretagne, l'Irlande, les Pays-Bas, la zone Scandinavie et les Pays-Baltes.

## > Les projets en stock par pays : évolution 2010/2002

Projets	2010		2009		2008	2006	2004	2002
	Nbre de projets	m <sup>2</sup> GLA	Nbre de projets	m <sup>2</sup> GLA	Nbre de projets			
France*	<b>593</b>	<b>7.432.000</b>	730	7.687.170	738	410	288	223
Espagne	<b>140</b>	<b>4.600.000</b>	182	6.054.000	181	164	228	138
Pologne	<b>248</b>	<b>5.250.000</b>	218	4.596.855	230	134	113	136
Italie	<b>183</b>	<b>3.822.000</b>	187	3.707.687	209	185	131	85
Allemagne	<b>133</b>	<b>2.471.000</b>	110	2.215.460	122	73	74	119
Portugal	<b>54</b>	<b>1.140.000</b>	45	1.218.950	49	39	33	38
Belgique	<b>77</b>	<b>1.485.000</b>	65	1.451.550	65	58	31	30
Suisse	<b>28</b>	<b>361.000</b>	21	357.000	33	26	26	27
<b>Total</b>	<b>1.456</b>	<b>26.561.000</b>	<b>1.558</b>	27.288.672	<b>1.627</b>	<b>1.089</b>	<b>924</b>	<b>796</b>

Source : Eurelia/ Eurelia Espagne & Portugal (en partenariat avec Retail & Trade Marketing)/ Procos

\* Données provisoires

## > Tour d'horizon européen : à l'exception de 2 pays (Allemagne, Pologne), toujours un fort ralentissement

Après le freinage de 2009, le volume de projets en conception reste pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, au ralenti. Et ce d'autant plus qu'il est désormais connu que sur ce volume de projets, les ouvertures effectives seront réduites ou retardées vers 2012-2013 et qu'il existe d'autre part, une forte « mortalité » des projets, certains ne voyant probablement jamais le jour.

Autre fait majeur, les projets diminuent fortement en taille sur la majorité des pays : les nouveaux projets de galerie enregistrés présentent un format 40-80 boutiques, par comparaison aux opérations de 150-250 boutiques enregistrées il y a 3 ans. De même qu'on observe le lancement d'un bon nombre d'extensions/ rénovations (+ 40/50 boutiques) pour consolider l'existant.

Ce changement de profil trouve certainement son explication dans la crise, qui a rendu les financements plus difficiles. On a d'ailleurs assisté en 2010 à d'importants mouvements de fusion et de rapprochement au plus haut niveau, permettant de nouveaux apports de fonds pour la poursuite de projets d'envergure tels que : le rapprochement CORIO-MULTIDEVELOPMENT en Allemagne, la reprise du portefeuille belge de FORUM INVEST par Patric Huon/BANIMMO, la prise de participation accrue de PERELLA WEINBERG REAL ESTATE FUND au capital de l'allemand MFI ...

Mais au-delà de la donnée de financement, cette baisse de taille illustre également la vision des municipalités européennes qui repensent leur politique urbaine avec une approche « sur mesure » pour réhabiliter leurs cœurs de ville, les friches industrielles et toute sorte de foncier urbain (gares, ports, etc.)

Globalement, cette poursuite du freinage dans le développement de nouveaux projets en 2010 est révélatrice de 2 facteurs. Tout d'abord, l'attente pour tous les acteurs de plus de visibilité sur les marchés, repoussant d'eux-mêmes leurs projets à 2013-2014 sur les villes et marchés saturés ou en perte de vitesse (Roumanie, Grèce, certaines villes de Pologne...)

Deuxièmement, ne montre t-il pas une réflexion en cours sur des questions de fonds, à savoir : le retour des « ouvertures » sur les marchés européens est-il uniquement lié à la reprise de la conjoncture ? Les années 2009-2010 n'ont-elles pas mis en évidence des éléments importants à prendre en compte avant de créer de nouveaux centres commerciaux à savoir : un taux d'équipement commercial suffisant dans certaines villes, un changement dans la structure du compte d'exploitation en centre commercial avec pour les enseignes locataires un poids du loyer renchéri qui conditionne désormais un haut niveau de vente à réaliser, alors qu'en toile de fonds le consommateur européen semble en recherche de bas prix et d'un nouveau modèle de consommation ?

N'est ce pas toute la question de la définition de la valeur ajoutée des projets à venir qui est posée aux acteurs ?

## > Focus sur les pays majeurs

### Pays dont les projets sont en hausse

#### - **Allemagne : un nombre important d'ouvertures en 2011**

Le volume de projets repart sur un rythme soutenu : entre 2009 et 2010, on a enregistré dans notre base eurelia + 20 % de nouveaux projets en nombre, ce qui représente + 11 % de m<sup>2</sup> GLA. Importante, cette hausse doit néanmoins être remise dans le contexte d'un pays qui s'est bien comporté malgré la crise, et d'un modèle d'urbanisme allemand maîtrisé et attentif à l'équilibre des centres-villes.

La reconversion des anciens grands magasins (HERTIE, KARSTADT, SINN LEFFERS, WERTHEIM...) n'est pas étrangère à cette hausse de projets : elle a généré un potentiel foncier important à reconvertir, sur des emplacements de centre-ville souvent très prisés. ECE vient ainsi d'annoncer sa volonté de redynamiser le site HERTIE TEGEL (Berlin), le promoteur HLG reconvertit KARSTADT SOLINGEN, CORIO/MULTIDEVELOPMENT le site du KARSTADT « QUARTIER AM MARKT » sur Recklinghausen...

Les 2 opérateurs majeurs du pays, ECE et MFI, restent en position dominante dans cette croissance des m<sup>2</sup>, avec par exemple pour MFI, l'annonce en 2010 de 2 projets nouveaux (Mönchengladbach Arcaden et Göppingen Arcaden, en amont). ECE poursuit quant à lui, en plus de nouveaux projets, un programme important de rénovations-extensions sur son patrimoine existant.

Sur les grandes villes, Berlin est un fort « générateur de m<sup>2</sup> » sur le pays (14 projets recensés en 2010 ; 355.000 m<sup>2</sup> GLA au cumul), avec plus particulièrement la restructuration en centre-ville du secteur Kudamm' et de la Leipziger Platz.

Enfin, les développements en ville moyennes et petites (cf. villes de Kiel, Hildesheim, Hanau, Dortsen, Duermen...) sont toujours nombreux mais en contrepartie, avec une forte « mortalité » des projets ; d'autant plus que les locomotives se montrent « frileuses » à signer dans une opération présentant le moindre risque ...

*Les grandes ouvertures 2010 : RHEINGALERIE Ludwigshafen (ECE), la restructuration de HAMBURGERSTRASSE EKZ à Hambourg (ECE), RATHAUS GALERIE LEVERKUSEN (ECE). A ouvrir d'ici la fin de l'année : EUROPA GALERIE - NEW SAARGALERIE à Saarbrücken (ECE).*

*Projets majeurs à ouvrir en 2011 : PASING ARCADEN à Munich (MFI), SCHLOSSHÖFE Oldenburg (ECE), l'extension d'ALTMARKT GALERIE à Dresde (ECE), la restructuration de HUMA PARK à Düsseldorf (ECE),....*

- **Pologne : un volume de projets qui repart à la hausse, sans lien systématique avec la réalité du marché**

Si le pays avait connu un tassement des projets en 2009, la production repart en 2010 sur une tendance lourde : + 13 % en nombre, + 14 % en m<sup>2</sup> GLA de projets nouveaux recensés par rapport à notre base 2009. Le « pipe-line » passe ainsi la barre des 5.000.000 de m<sup>2</sup> commerciaux en projet.

Cette hausse des m<sup>2</sup> demande la plus grande précaution, même si la Pologne a su garder une conjoncture plutôt favorable au sein de l'Europe centrale sur ces deux dernières années. En effet, le climat 2010 reste malgré tout au « ralenti » (cf. difficultés pour boucler les financements, pour commercialiser à 100 % des projets...).

Deuxièmement, si certains projets en villes sous-équipées ou porteuses peuvent se justifier, le volume important en villes moyennes et petites ressort – comme en 2009 - toujours en total décalage avec leur pouvoir d'achat effectif.

Et pour finir, même les grandes agglomérations nous montrent qu'elles ne parviennent plus à absorber les dernières ouvertures, comme récemment Lodz et Cracovie, ce qui constitue un fait nouveau pour cette dernière traditionnellement dynamique.

Cette hausse du volume de projets s'explique par l'existence d'acteurs solides sur le pays qui restent actifs, répondent aux appels d'offre lancés par les mairies (cf. rénovation de gares PKP) et se disputent le leadership: TRIGRANIT, ECHO INVESTMENT, ECE, IMMOCHAN, MAYLAND, INTERIKEA... Les municipalités y ont de leur côté aussi certainement contribué, en délivrant des permis en 2010.

Et pour finir, si la production de m<sup>2</sup> a donc redémarré, les dates d'ouvertures glissent en revanche pour les gros projets : 2012, voire 2014 sur les grandes agglomérations (Wroclaw, Gdansk...).

*Les grandes ouvertures 2010 : GALERIA MAZOVIA (MALLSON) à Plock, Port Lodz (IKEA),*

*Projets majeurs à ouvrir 2011 : Auchan LOMIANKI (IMMOCHAN), GALERIA KASKADA à Szczecin (ECE), MILLENIUM HALL à Rzeszów (CONGES), extension de GALERIA ECHO à Kielce (ECHO INVESTMENT), GALERIA SLONECZNA à Radom (AIG), TORUN PLAZA (PLAZA CENTERS), ...*

- **Suisse : une hausse très relative, due à la politique Migros et Coop**

A son échelle, la Suisse a enregistré une « forte » hausse en nombre de projets, pour un total m<sup>2</sup> GLA en revanche stable. Mais il faut nuancer : l'augmentation provient des 2 leaders alimentaires qui maillent le territoire via des petites galeries d'hypermarché ou des extensions de proximité (10-30 boutiques) sur les villes de Brig, Thun, Vernier, Viège, Martigny, Chiasso... Le pays reste sinon, toujours attentif dans la défense de ses équilibres.

## Les pays dont les projets sont au ralenti

### - France : un volume en baisse mais qui reste très (trop) élevé

593 projets (soit 7.432.000 m<sup>2</sup>) sont encore prévus pour les 5 prochaines années, ce qui fait de la France le pays d'Europe dans lequel le plus grand nombre de projets et de m<sup>2</sup> sont programmés. Si le nombre de projets est pour la première fois en baisse depuis les années 1990, il se maintient à un niveau encore très élevé.

80 % des surfaces en projet (5.900.000 m<sup>2</sup>) concernent des opérations de périphérie dont 52 % des parcs d'activités commerciales (3.780.000 m<sup>2</sup>) et 28 % des centres commerciaux (2.120.000 m<sup>2</sup>). Les centres commerciaux de centre ville (890.000 m<sup>2</sup>) ne représentent que 12 % des surfaces en projet.

82 % des surfaces autorisées le sont en périphérie (2.635.000 m<sup>2</sup>), 1.480.000 m<sup>2</sup> sous forme de parcs d'activités commerciales (avec 2/3 de création, 1/3 d'extension), 1.155.000 m<sup>2</sup> sous forme de centres commerciaux (avec de nouveau 2/3 de création, 1/3 d'extension).

Ce volume, toujours très élevé de projets commerciaux, apparait déconnecté du niveau de consommation et de la demande des enseignes, qui se montrent de plus en plus prudentes dans leur développement (et peut-être échaudées par les démarrages extrêmement difficiles des derniers centres ouverts).

Même attitude côté investisseurs qui se réfugient sur des valeurs sûres comme les grands centres commerciaux. Ils restent toutefois réticents sur les nouveaux projets et les parcs de moyennes surfaces.

Cette situation induit également de forts risques de cannibalisation... risques qui sont déjà devenus réalité pour certains marchés fragilisés, notamment des villes moyennes qui ne disposent pas d'un marché suffisant pour absorber un tel volume de m<sup>2</sup> commerciaux supplémentaires...

Dans ce contexte, la proposition parlementaire de Loi sur l'urbanisme commercial correspond bien à un certain changement d'époque engendré par le ralentissement économique et la surproduction de m<sup>2</sup>. La prééminence de la logique d'aménagement du territoire, l'intercommunalité comme échelle de réflexion, pourraient permettre d'échapper au prisme réducteur du marché et de la concurrence.

*Les grandes ouvertures 2010 : Polygone Rive Gauche à Béziers (Socri), Cours Oxygène à Lyon (Unibail-Rodamco), La Caserne de Bonne à Grenoble (Soderip).*

*Projets majeurs à ouvrir 2011 : Le Millénaire à Aubervilliers (Ségécé/Incade), Lyon Confluence à Lyon (Unibail-Rodamco), PAC Maison Plus à Reims (Sopic Nord).*

- **Italie : une « pause », le reflet d'un questionnement de fonds de la part des différents acteurs (mairies, promoteurs, investisseurs, enseignes) ?**

Le volume de projets italiens reste quasiment stable pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive.

Le changement de taille des projets est saisissant, pour ce pays qui il y a 3 ans comprenait les plus grands projets européens. Désormais, à l'exception de 3-4 « grandes opérations» de plus de 150 boutiques (MALL OF ITALY à Milan ; CENTRO IKEA VILLESSE ; PARMA URBAN DISTRICT ; CENTRO SICILIA ; extension de CITTA FIERA Udine...), les nouveaux projets se profilent nettement comme des galeries de 45 boutiques (extensions, opérations de centre-ville, galeries d'hypermarché) à 60-80 boutiques maximum (galeries périphériques d'hypermarché).

La crise et ses problèmes de financement ont engendré cette situation et ont fait trébucher des acteurs majeurs, même italiens (cf. Risanamento).

Mais l'arrêt actuel n'indique t-il pas une réflexion de fonds de la part des promoteurs/ investisseurs face à un suréquipement dans de nombreuses villes -qui induit des ventes tassées- dans un pays où les ouvertures entre 2008 et 2009 ont été soutenues sur beaucoup de villes : Rome (4 ouvertures entre 2008 et 2009), Turin (2 ouvertures), Milan (2 ouvertures), Catane (1 ouverture), Udine (2 ouvertures), Trieste (1 ouverture), Palerme (1 ouverture), ... Ainsi que de la part des mairies et des régions, lorsqu'elles tardent à délivrer les permis ? Et enfin, de la part des enseignes, d'autant plus prudentes à signer dans une commercialisation que le niveau de loyer est désormais élevé ?

Dans tous les cas, ce seront des « petits » projets (souvent en villes moyennes et petites) qui ouvriront surtout en 2011 ; tandis que parallèlement, on assiste à de nombreuses recommercialisations (NDLR non comptabilisées dans nos tableaux car elles ne créent pas de m<sup>2</sup>). Les projets plus importants en taille -surtout s'ils portent sur de grandes agglomérations- sont plus longs à sortir (2012-2013).

*Les grandes ouvertures 2010 : PORTE DI CATANIA à Catane (IMMOCHAN), AUCHAN ARGINE à Naples (IMMOCHAN). A ouvrir d'ici la fin de l'année : extension de FIORDALISO à Milan (IMMOCHAN), l'extension d'IL GLOBO BUSNAGO à Milan (MALL SYSTEM), extension de PESCARA NORD (Ségécé).*

*Projets majeurs à ouvrir 2011 : LE TERAZZE à la Spezia (SONAE), SETTIMO CIELO Phase I à Turin (MALL SYSTEM/FREY IMMOBILIERE), GALLERIA BORROMEO à Peschiera Borromeo (MALL SYSTEM)*

- **Belgique : un fort volume de projets, mais avec une concrétisation au plus tôt en 2012**

C'était l'un des rares pays européens où le volume de projets n'avait pas fléchi en 2009. Ce volume est cette année en hausse en nombre (+18%), mais stable en cumul de m<sup>2</sup> GLA. De plus, cette hausse reste pour l'instant assez « fictive », puisque le délai d'ouverture du « pipe-line » est toujours lointain : la majeure partie des ouvertures commencera, au plus tôt, à partir de fin 2012.



Le profil des galeries marchandes a réduit de taille. De gros projets ont été abandonnés (Uplace Brugges, centre commercial du stade de Gent...) ou revus en taille (cf. SQUARE LEOPOLD à Namur). Parallèlement, les nouveaux projets enregistrés sont de calibre inférieur, pour répondre à une logique « sur mesure » en cœur de ville, ou de proximité en villes moyennes et petites : projet ING ARKENVEST sur Halle (en amont), projets DOKNOORD et KORENMARKT/KOBRA à Gent...

Et pour finir, les Pacs restent comme en 2009, le genre dominant des projets (37 projets sur 77 ; 694.000 m<sup>2</sup> soit 49 % des m<sup>2</sup>) ciblant surtout les villes moyennes et petites : Wavre (3 projets, celui de GHELAMCO étant le plus avancé), Olen (SHOPPING PARK avec pour locomotive Décathlon)...

*Les grandes ouvertures 2010 : K in KORTRIJK à Courtrai (FORUM INVEST), la rénovation de LA GALERIE TOISON D'OR (ING) à Bruxelles. Pas d'ouverture majeure en 2011.*

## **Les pays où les projets sont globalement en «stand-by» : Portugal, Roumanie, Tchéquie, Hongrie...**

### **- Espagne : prudence extrême pour les projets**

Mêmes éléments bloquants qu'en 2009 pour l'ouverture des projets : le financement, les difficultés à commercialiser dans un contexte où le loyer ressort comme élevé en rapport avec le chiffre d'affaires des enseignes en 2010, le report de signatures des locomotives...

Les perspectives d'amélioration de conjoncture à court-moyen terme étant de plus très modérées, tous les projets sont examinés au regard des « fondamentaux » : existence d'un vrai bassin de chalandise, pertinence de taille et future position concurrentielle.

*Les grandes ouvertures 2010 : SPALU (Cornella-Barcelona), JEREZ XXI (Jerez-Cadiz), EL MIRADOR de Jinámar (Las Palmas),*

*Projets majeurs à ouvrir en 2011 : MARINEDA PLAZA (Coruña), LAS ARENAS (Barcelone) et GRAN PLAZA (Mayadahonda).*

### **- Autres pays**

> Portugal : un peu plus de projets, un peu moins de m<sup>2</sup>. Mais en réalité, comme l'an passé, au-delà des nouveaux projets enregistrés, il demeure une grande incertitude sur la sortie effective des projets annoncés et sur leur date de sortie. Seulement 9 ouvertures ont eu lieu en 2010, dont 2 majeures : Espaço Guimarães (MULTIDEVELOPMENT) et Retail Planet Bareiro d'ici la fin de l'année (MILLIGAN). Peu d'ouvertures majeures en 2011 : AQUAPORTIMAO sur l'Algarve, DOLCE VITA sur Braga et 2 extensions (FORUM SINTRA Lisbonne et NASSICA Porto).

- > Grèce, Roumanie et Bulgarie sont toujours fragiles, non seulement pour les enseignes mais aussi pour les investisseurs et promoteurs. Les grands acteurs européens présents sur ces marchés (ECE, SONAE, PLAZA CENTERS, RIOFISA...) reportent leurs projets à 2013-2014, les mettent en stand-by ou les annulent. En Grèce, en dehors d'Athènes et Thessalonique, la province n'amène pas un haut niveau de résultats.
- > En Bulgarie et en Roumanie, les enseignes –et aussi les développements- se recentrent sur la capitale.
- > En Tchéquie : de la même manière, on assiste à un glissement des développements sur 2013, avec notamment un coup de frein sur les projets périphériques de la capitale Prague.
- > La Hongrie : peu de projets entrant effectivement en construction ; 3 acteurs poursuivent malgré tout avec la plus grande prudence leur expansion sur ce pays (Ségécé, ECE et IMMOCHAN).

## > Actualités de la Fédération Eurelia

### - La Fédération s'étoffe

En 2010, 4 nouvelles enseignes ont rejoint l'un des 2 Clubs de la Fédération Eurelia, nous témoignant ainsi leur confiance : l'enseigne hollandaise WE (club Eurelia Europe), Orchestra (club Eurelia Espagne-Portugal/Retail &Trade Marketing), Ludendo/ La Grande Récré/ Franz Carl Weber (club Eurelia Europe) et Sergent Major (club Eurelia Espagne-Portugal/Retail &Trade Marketing).

<i>Enseigne</i>	<i>Nbre de points de vente</i>	<i>Principaux pays développés</i>
We	227	France, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suisse, ...
Orchestra	932	France, Espagne, Portugal, Italie, Belgique, Grèce...
Ludendo/ La Grande Récré/ Diverdrak/ Franz Carl Weber	211	France, Espagne, Suisse, Belgique, ...
Sergent Major	295	France, Espagne, Italie, Belgique, Moyen-Orient...

### - Nouvelles études

En 2010, Eurélia a réalisé plus de 15 nouvelles études Pays, Villes ou Régions pour ses adhérents, leur apportant des éléments actuels et prospectifs détaillés pour définir leurs stratégies de développement.

La Fédération a aussi publié sa 2<sup>ème</sup> étude thématique transversale sur les pays d'Europe « Les Centres de Marques en Europe : revue du parc existant et projets ».

Les nouvelles études publiées :

- > Turin, Milan (Italie)
- > Vienne (Autriche)
- > Hambourg (Allemagne)
- > Maastricht (Pays-Bas)
- > Tunisie (Etude de 1ere approche pays – zoom sur Tanger)
- > Liège (Belgique)
- > Suisse (Les fondamentaux en 2010)
- > Les projets majeurs en développement en Europe
- > Les Centres de Marques en Europe : revue du parc existant et projets
- > Espagne<sup>(1)</sup> : Las Palmas, Pampelune, San Sébastian-Bilbao-Vitoria, Logroño, Les projets majeurs en développement en Espagne
- > Portugal<sup>(1)</sup> : Région Algarve, Les projets majeurs en développement au Portugal

<sup>(1)</sup> En partenariat avec Retail &Trade Marketing

- **Favoriser les échanges**

Tous les deux mois, l'ensemble des adhérents Eurélia se retrouve pour échanger et débattre sur des problématiques au cœur de leurs stratégies de développement 2010-2011, et du contexte de crise.

**De nombreux intervenants, partenaires du développement des enseignes adhérentes, ont été conviés à exposer leur vision et leurs projets à l'occasion de ces rencontres en 2010 :**

Gruppo IGD Italia, CORIO Allemagne et Italie, MALL SYSTEM Italia, L'Association de Management des centres Villes Belges, IMMOCHAN Russie, UNIBAIL RODAMCO, ...

## > **Contacts presse**

### **eurelia**

Nathalie Dubreu - [nathalie.dubreu@eurelia.com](mailto:nathalie.dubreu@eurelia.com)

Tél. 01.44.88.56.90 - Fax 01.40.13.76.44

### **PROCOS**

Aude Le Vaillant - [aude.levaillant@procos.org](mailto:aude.levaillant@procos.org)

Tél. 01.44.88.95.60 - Fax 01.40.13.76.44

**Pour obtenir un rendez-vous, merci de contacter Aude Le Vaillant (Procos).**