



Ouverture de Marques Avenue A6 22 Octobre à Corbeil-Essonnes

Dossier de presse

Octobre 2008

Contacts presse :

Agence DDB Nouveau Monde PR
Virginie Goncet / Elisa Eschylle
Tél. : 01 53 32 55 32 / 62
virginie.goncet@ddb.fr / elisa.eschylle@ddb.fr

Gavin Anderson & Company
Isabelle Laurent
Tél. : 01 53 32 61 51
ilaurent@gavinanderson.fr

SOMMAIRE

I - MARQUES AVENUE A6 OUVRE A CORBEIL-ESSONNES

Un emplacement exceptionnel en Ile-de-France

Une excellente visibilité et des accès directs

Marques Avenue A6, une sélection rigoureuse de marques emblématiques

Marques et enseignes présentes

II - LE PREMIER CENTRE DE MARQUES DANS LE SUD FRANCILIEN

Le cercle privilégié des amateurs de qualité à prix légers

Un concept qui génère un nouveau phénomène : le tourisme commercial

Une actualité forte à l'heure de la compression du pouvoir d'achat

Un secteur économique en plein essor

Une réponse adaptée aux problématiques des marques

III - MARQUES AVENUE, UN DESIGN SOIGNE

Marques Avenue A6 by Olivier Saguez

Un centre conçu comme une véritable destination shopping et plaisir

Un design élégant

Le choix des matériaux

IV - LE REPOSITIONNEMENT D'UN EQUIPEMENT COMMERCIAL EXISTANT

Le fruit d'une collaboration réussie

Une parfaite illustration de la stratégie de MRM

Le savoir-faire de MRM

Le programme de restructuration de Marques Avenue A6

Les grandes étapes

V - LES ACTEURS

MRM, un nouvel acteur du marché de l'immobilier de bureaux et de commerces.

Concepts & Distribution, l'inventeur des centres de magasins de marques

CB Richard Ellis Investors, présentation générale

La Ville de Corbeil-Essonnes : création d'un pôle commercial régional

VI - REPERES

Les dates et chiffres clefs

Plan d'accès

VII - LE RESEAU MARQUES AVENUE EN FRANCE

VIII - PHOTOS

I - MARQUES AVENUE OUVRE A CORBEIL-ESSONNES

Un emplacement exceptionnel en Ile-de-France

Le 22 octobre 2008 à 15h, Marques Avenue A6 ouvre à Corbeil-Essonnes.

Le premier centre de marques du sud francilien, situé à 30 minutes de la Porte d'Orléans, propose 110 marques (mode, sports, décoration et équipement de la maison), 54 magasins et 4 restaurants.

Situé à l'intersection de l'autoroute A6 et de la N 104 (Francilienne) et passage obligé pour entrer, sortir ou contourner la capitale, ce nouveau centre bénéficie d'un emplacement unique et attractif. Pour les 2,5 millions de personnes qui vivent à moins de 30 minutes du centre, Marques Avenue A6 deviendra une véritable destination shopping.

Une excellente visibilité et des accès directs

Les accès au centre ont été entièrement repensés grâce au réaménagement des voiries avoisinantes et la création d'une sortie directe de la Francilienne (sortie 33).

Fluidité, sécurité, confiance, tranquillité : tout est mis en œuvre pour que le consommateur se sente bien et profite pleinement de son instant « shopping ».

Plus de 1 300 places de parking sont directement reliées au centre (sur deux niveaux).

Marques Avenue A6, la sélection rigoureuse de marques emblématiques

Les Français aiment les marques et, en cette période de compression du pouvoir d'achat, ils les apprécient d'autant plus quand elles leur sont proposées à moindre coût. En réponse à cette attente, Marques Avenue a su tisser en quinze ans des liens de confiance avec toute une collection de marques prestigieuses, parmi celles qui font la mode d'aujourd'hui.

Aujourd'hui, Marques Avenue A6 propose une sélection de 110 grandes marques sur plus de 12 300 m² pour tous les goûts, tous les styles.

Marques et enseignes présentes

Mode femme : Ventilo, Georges Rech, Aubade, IKKS, Le Temps des Cerises, Mango Antonelle, Bensimon, Bérénice, Chattawak, Cotéac, Didier Parakian, Dim, Faith Connexion Mât de misaine, Pablo, Princesse Tam-Tam, Stella Forest, Tara Jarmon, The lingerie Shop (Dim), Weill Stock

Mode homme : Balmain, Café Coton stock, Carven, Charles Le Golf, Cricket & Co, Jerem, Levi's Factory Outlet, Marlboro Classics Stocks, De Fursac, Nodus, Teddy Smith

Mode enfants : Noël Babybotte, Eliane et Lena, Le Phare de la baleine, Marèse, Petit Bateau

Sport & Outdoor : Nike, Puma, Asics, Le Coq Sportif, Oxbow, Quiksilver Aigle, Lafuma,

Maison et la décoration : Le Creuset , Home &Cook(Krups, Lagostina, Rowenta, Tefal), Garnier Thiebaut

Chaussures, maroquinerie, accessoires : Delsey, Clarks, Emling, Le Tanneur, Salamander, Pallio, Hardrige

II - MARQUES AVENUE A6, LE PREMIER CENTRE DE MARQUES AU SUD DE PARIS

Le cercle privilégié des amateurs de qualité à prix légers

Quand le premier Marques Avenue ouvre en 1993, le pouvoir d'achat des français est menacé. Quinze ans plus tard, dans un contexte économique sensiblement identique le concept imaginé par Alain Salzman, Président fondateur de Marques Avenue, répond plus que jamais aux attentes des consommateurs en leur proposant leurs marques préférées à prix léger. Grâce à une politique commerciale inédite, les consommateurs peuvent trouver les collections de l'année précédente entre 30 et 70 % moins cher que dans les circuits traditionnels. En quinze ans, Marques Avenue s'est imposé comme le premier réseau français de centres de magasins de marques.

Un concept qui génère un nouveau phénomène : le tourisme commercial

Les « accro » du shopping n'hésitent pas à faire des centaines de kilomètres pour dénicher la bonne affaire dans un environnement de qualité, loin des clichés des magasins d'usine où il fallait fouiller dans des cartons. Le consommateur de Marques Avenue est donc nomade, il parcourt 133 km A/R en moyenne pour accéder à un magasin Marques Avenue et même 264 km A/R pour Marques Avenue Troyes. Il est aussi stratège puisqu'il vient peu souvent (3 fois par an) et dépense en moyenne 133€.

C'est également le meilleur ambassadeur du concept, avec 88% d'intention de recommandation aux proches, 93 % d'intention de retour, et 88% de taux de satisfaction.

(Source : IPSOS pour Marques Avenue 2007).

Une actualité forte à l'heure de la compression du pouvoir d'achat

Selon les statistiques du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi (publiées en septembre 2008), le pouvoir d'achat des français a diminué de 0,4 point en un an.

Par ailleurs, l'enquête Ipsos/Marques Avenue d'avril 2008 confirme que le prix devient le désormais le premier critère d'achat des français pour les vêtements et les accessoires de mode et 53% d'entre eux plébiscitent toujours les marques, auxquelles ils accordent toute leur confiance pour la créativité, la qualité et le design.

Un secteur en plein développement

Une enquête de conjoncture réalisée en juillet 2008 par l'Observatoire européen des centres de marques et magasins d'usine révèle que le secteur se porte bien.

70% des centres de marques européens enregistrent une augmentation de leur chiffre d'affaires au premier semestre 2008. Le niveau de commercialisation de ces centres est particulièrement élevé et s'établit à 98,5%. La fréquentation a connu elle aussi une évolution positive au cours du premier semestre 2008.

Une réponse adaptée aux industriels

Marques Avenue est un formidable levier économique pour le déstockage et l'écoulement des collections passées. Il permet aux marques de renouveler leur offre tout au long de l'année (avec 5 à 6 collections par an) tout en disposant d'un canal qualitatif pour écouler leurs invendus. Cela permet également à une marque de pouvoir séduire de nouveaux consommateurs.

III - MARQUES AVENUE, UN DESIGN SOIGNE

Depuis l'origine, l'une des grandes innovations du concept Marques Avenue est d'apporter un soin particulier au design et à l'agencement de ses centres. En s'associant aux plus grands architectes et designers tels que Jean-Michel Wilmotte et Olivier Saguez (agence Saguez & partners), Marques Avenue a révolutionné à jamais l'idée que l'on pouvait se faire des sites de déstockage.

Marques Avenue A6 by Olivier Saguez

Fidèle à l'exigence des débuts, Marques Avenue A6 soigne plus que jamais son image et bénéficie d'une identité visuelle forte grâce au talent d'Olivier Saguez. Très tendance, le centre adopte un design industriel très prisé.

Olivier Saguez s'est appuyé sur les éléments du bâtiment existant pour créer l'ambiance « usine » propre au concept d'un centre de marques : la charpente existante en bois, repeinte en gris foncé, prend l'apparence d'une structure métallique. Les pyramidons en toiture rappellent les verrières d'une usine.

Un centre conçu comme une véritable destination shopping et plaisir

Entre deux séances shopping, Marques Avenue A6 se transforme en lieu de vie et de détente. Il propose un ensemble de services incontournables pour assurer le meilleur accueil et le confort du visiteur : 4 restaurants regroupés au premier niveau bénéficiant d'une large terrasse et offrant différentes formules (restauration rapide, brasserie, pizzeria, sushis). Une aire de jeux dédiée aux enfants affiche l'identité et l'originalité du centre, puisque le jeune visiteur pourra chevaucher toute une armée de souris montées sur ressort. Un clin d'œil aux mulots des champs de blé de Corbeil-Essonnes, ancien grenier à blé de l'Île de France.

Le parc de stationnement (1300 places) a été réaménagé pour plus de confort avec des circulations intérieures simplifiées. Dans le parking couvert les ouvertures sur l'extérieur ont été agrandies pour offrir plus de lumière et renforcer le sentiment de sécurité.

Un design élégant

Un large bandeau est rajouté sur l'acrotère pour renforcer l'impact visuel du bâtiment. Une peinture à l'effet béton achève de donner au lieu une image unifiée. Les entrées sont marquées par des boîtes de verre et de bois ouvrant le site vers l'extérieur. L'entrée principale, en avancée sur le parking, crée un signal d'accueil fort que le visiteur repère aisément dès son entrée sur le parking. Le volet paysager, avec la plantation de végétaux et arbres d'essences sophistiquées, participe à la création d'un environnement qualitatif.

A l'intérieur, le revêtement de sol gris du mail et les cloisons de couleur blanche créent une ambiance sobre et élégante, faisant ressortir les produits exposés dans les vitrines.

La signalétique, simple et efficace, oriente le visiteur, qui veut tout voir et ne pas rater une bonne affaire, tout au long de sa visite.

IV - MARQUES AVENUE A6, LE REPOSITIONNEMENT D'UN EQUIPEMENT COMMERCIAL EXISTANT

Le fruit d'une collaboration réussie

Le centre Marques Avenue A6 appartient à MRM, jeune société foncière cotée, qui le détient au travers de Commerces Rendement. Cette société d'investissement immobilier, initialement créée et gérée par CB Richard Ellis Investors, est devenue une filiale à 100% du groupe MRM en décembre 2007. Commerces Rendement avait procédé à l'acquisition de l'ancien centre commercial « Art de Vivre » en 2004.

La restructuration a été menée par les équipes de CB Richard Ellis Investors en partenariat avec celles de Concepts & Distribution, créateur et opérateur du concept Marques Avenue. La Ville de Corbeil-Essonnes a apporté tout son soutien à ce projet. Une convention d'emploi a été signée entre Marques Avenue, la Ville et la Maison de l'Emploi pour favoriser les habitants de Corbeil-Essonnes dans l'accession aux postes à pourvoir : 260 postes ont été créés.

Une parfaite illustration de la stratégie de MRM

La politique de MRM consiste notamment à acquérir des ensembles de commerces et à investir ensuite dans des programmes de restructuration et de rénovation. Ceci vise à améliorer leurs prestations et à répondre aux besoins et attentes des enseignes commerciales.

Le centre commercial de Corbeil-Essonnes est une démonstration concrète de la stratégie de réhabilitation d'un actif détenu par MRM.

Le savoir-faire de MRM

- Détecter et négocier l'acquisition d'opportunités telles que ce centre commercial, dont l'exploitation et l'utilisation sont sous performantes mais qui présentent des caractéristiques intrinsèques intéressantes.
- Concevoir une opération de requalification attractive : bien évaluer les besoins des locataires, enseignes commerciales, et monter le programme de travaux et d'investissement correspondant.
- Orchestrer tous les aspects et les intervenants dont la contribution est requise pour réaliser avec succès ce projet complexe (avocats, notaires, banquiers, architectes, économistes, bureaux d'étude technique, entreprises de BTP et commercialisateurs...)

Le programme de restructuration de Marques Avenue A6

- Identité architecturale repensée
- Réimplantation des cellules et des circulations intérieures
- Façades entièrement « relookées »
- Réorganisation des circulations dans le parking en liaison avec l'aménagement des voiries.

Les grandes étapes

2005 : Etudes de différentes options pour rénover et restructurer le centre commercial

2006 : Accord de partenariat avec Concepts & Distribution pour l'implantation d'un centre Marques Avenue

2007 : Obtention des autorisations administratives et pré-commercialisation des boutiques

2008 : Réalisation des travaux

- Départ des locataires en place début 2008
- Démarrage du chantier en février 2008

Octobre 2008 : ouverture au public.

V - LES ACTEURS

1 - MRM, SOCIETE FONCIERE SPECIALISEE DANS L'IMMOBILIER DE COMMERCE ET DE BUREAUX

Société foncière cotée, MRM détient un patrimoine mixte d'immeubles de bureaux, situés en Ile-de-France, et de commerces, localisés en Ile-de-France et en région.

Son portefeuille, d'une valeur de plus de 500 millions d'euros (valeur d'expertise hors droits au 30 juin 2008), est équilibré entre biens stabilisés, générant des revenus locatifs stables et récurrents, et actifs en cours de valorisation, sources de gains futurs en capital.

Le patrimoine de MRM regroupe les actifs apportés le 12 décembre 2007 par Dynamique Bureaux et Commerces Rendement, deux sociétés d'investissement créées et gérées par CB Richard Ellis Investors, et les acquisitions réalisées par ses filiales depuis septembre 2007. CB Richard Ellis Investors est en charge des opérations immobilières de MRM.

La Groupe a opté pour le statut SIIC à compter du 1er janvier 2008. MRM est cotée sur le compartiment C d'Euronext Paris.

Une stratégie de création de valeur

Le profil mixte et équilibré du portefeuille d'actifs du Groupe est le reflet de son positionnement sur le segment « valeur ajoutée » du marché de l'investissement immobilier.

La stratégie de MRM, qui vise à allier rendement et appréciation en capital, repose sur :

- . Une politique d'acquisition sélective, ciblant des actifs situés sur des localisations établies et présentant un potentiel de création de valeur.
- . La mise en œuvre de programmes de valorisation : rénovation, restructuration et aménagement des biens immobiliers et mise à niveau de leurs prestations aux meilleurs standards de marché.
- . Une politique de commercialisation active et une gestion intensive des revenus locatifs.

Le savoir-faire de CB Richard Ellis Investors

Les opérations immobilières de MRM et de ses filiales sont gérées par CB Richard Ellis Investors, spécialiste de la gestion d'investissements immobiliers et filiale de CB Richard Ellis, leader mondial des services immobiliers. En accompagnant MRM pour la valorisation de son patrimoine, CB Richard Ellis Investors apporte son expérience et son savoir-faire accumulés en matière de gestion d'investissements à valeur ajoutée (acquisitions, valorisation et cessions). MRM bénéficie ainsi des compétences d'équipes pluri-disciplinaires, de leurs outils d'analyse et de leur connaissance des marchés développée au cours de plus de 8 années de réalisations en France.

Un patrimoine présentant un potentiel de développement significatif

MRM poursuit sa politique de gestion dynamique de son portefeuille de biens immobiliers de bureaux et de commerces. Plusieurs programmes de restructuration d'actifs de commerces ou de bureaux sont en cours. MRM va bénéficier dans les mois qui viennent du début de l'exploitation de plusieurs d'entre eux.

Le 22 octobre 2008, le centre « Marques Avenue A6 » ouvrira ses portes au public à Corbeil-Essonnes après un important programme de travaux visant à créer un univers adapté au concept de centre de marques et à accueillir les clients dans un espace qualitatif entièrement repensé et rénové.

A partir de novembre 2008, « Les Halles du Beffroi », centre commercial de 7 500 m² situé à Amiens, accueillera le public dans un cadre totalement rénové avec une visibilité renforcée. L'inauguration est prévue en janvier 2009.

En 2009, l'immeuble de bureaux « Le Charlebourg », d'une surface de 10 000 m² et situé à la Garenne-Colombes, verra l'achèvement d'un important projet de repositionnement : façades entièrement rénovées, espaces de travail totalement repensés, création d'un nouvel étage de direction et prestations techniques visant à optimiser les charges. MRM a obtenu le permis de construire en juillet 2008.

Au total, l'ensemble des programmes de revalorisation d'actifs de MRM déjà mis en place représentent sur les 3 années à venir un investissement de 83,4 millions d'euros. Ils donnent à MRM une importante perspective de croissance de ses revenus locatifs : les loyers annualisés nets après réalisation des programmes de valorisation sont attendus à un niveau 1,6 fois supérieur au montant actuel.

Chiffres clés au 30.06.2008

Patrimoine MRM

Valeur d'expertise du patrimoine hors droits : 507 M€ soit + 6,3 % par rapport au 31.12.2007

Surface totale : 215 000 m²

Mixte : 60% bureaux en Ile-de-France et 40% commerces en Ile-de-France et en régions.

Equilibré : 64% stabilisés / 36% en cours de valorisation

ANR de liquidation : 24,5€/action soit + 8,3 % par rapport au 31.12.2007

ANR de reconstitution : 33,2€/action

Revenus locatifs bruts 1^{er} semestre 2008 : 13,6 M€

Résultat net 1^{er} semestre 2008 : 6,5 M€

L'intégralité des informations financières de MRM est disponible sur le site

www.mrminvest.com.

Le patrimoine immobilier de MRM (Au 30 juin 2008)

Bureaux stabilisés

- 1 Nanterre (92), 10 176 m², 325-345 avenue Georges Clémenceau
- 2 Clichy La Garenne (92), 6 224 m², 7 rue Charles Paradinas
- 3 Levallois (92), 4 472 m², 3-5 rue Maurice Ravel
- 4 Cergy-Pontoise (95), 6 365 m², 6 rue des Chauffours
- 5 Paris 12^{ème}, 2 871 m², 43 rue de la Brèche aux Loups
- 6 Boulogne (92), 2 877 m², 3,3bis, 8, 8bis, 10bis, rue Escudier
- 7 Paris 9^{ème}, 2 494 m², 5 rue Cadet
- 8 Paris 14^{ème}, 1 712 m², 13 rue Niepce
- 9 Rueil-Malmaison (92), 4 531 m², 45-53 avenue Paul Doumer
- 10 Puteaux (92), 5 889 m², 3-5 quai de Dion Bouton
- 11 Paris 2^{ème}, 1 114 m², 12 rue de la Bourse

Bureaux en cours de valorisation

- 1 Vélizy-Villacoublay (78), 10 556 m², 16-18 avenue Morane Saulnier
- 2 Rungis (94), 8 686 m², 3-5 rue du Pont des halles
- 3 La Garenne-Colombes «Charlebourg» (92), 10 672 m², 71 boulevard National
- 4 Rueil-Malmaison (92), 3 989 m², 147 avenue Paul Doumer
- 5 Cergy-Pontoise «Cap Cergy» (95), 7 086 m², 4 rue des Chauffours
- 6 Les Ulis (91), 10 728 m², 12 avenue de l'Océanie, ZA Courtaboef
- 7 Montreuil (93), 7 789 m², Croix de Chavaux, 14-20 boulevard de Chanzy

Commerces stabilisés

- 1 Portefeuille Box, 13 432 m², multiple (non représenté)
- 2 Montigny-le-Bretonneux «Sud Canal» (78), 11 660 m², 24/26 place E. Marcel, 41 bd Vauban
- 3 Mulhouse «Passage de la Réunion» (68), 6 017 m², 25 place de la Réunion
- 4 Allonnes (72), 9 001 m², ZAC du Vivier, route de la Berardière
- 5 Paris 8^{ème}, 1 794 m², 164/166 rue du Fbg St Honoré
- 6 Chambly (60), 5 260 m², ZAC les portes de l'Oise, rue Henri Becquerel
- 7 Reims (51), 2 550 m², 2 rue de l'Étape
- 8 Portefeuille Gamm Vert, 23 765 m², multiple

Commerces en cours de valorisation

- 1 Corbeil-Essonnes «Marques Avenue A6» (91), 13 200 m², 2 rue Jean Cocteau
- 2 Amiens «Les Halles du Beffroi» (80), 7 452 m², place Maurice Vast
- 3 Tours «Galerie du Palais» (37), 6 562 m², 19 place Jean Jaures
- 4 Besançon «Centre commercial Ecole-Valentin» (25), 4 722 m², 6 rue Chatillon

Commerces sous promesse (au 30 juin 2008)

- 1 Claye Souilly (77), 2 000 m², rue Jean Monet
- 2 Portefeuille Pizza Hut, 2 290 m², multiple (non représenté) - acquisition finalisée en juillet 2008



2 - CONCEPTS & DISTRIBUTION, L'INVENTEUR DES CENTRES DE MAGASINS DE MARQUES

Leader français des centres de marques

A la fois promoteur et animateur d'enseignes, Concepts & Distribution est un opérateur privé indépendant qui imagine, conçoit, met en œuvre, et gère le premier réseau français de centres commerciaux à enseignes. C'est son véritable critère de différenciation.

Concepts & Distribution assure la gestion immobilière et locative, l'animation, la direction et le fonctionnement des centres pour garantir la pérennité de l'enseigne à ses partenaires. Les deux enseignes développées sont Marques Avenue et Quai des marques.

Aujourd'hui, le concept développé par Concepts & Distribution est plébiscité par 10 millions de consommateurs. Il gère et anime un réseau de près de 120 000 m² de centres de magasins de marques sur 9 implantations représentant plus de 600 boutiques et est à l'origine de la création de 2 250 emplois directs.

Quelques chiffres

Créé en 1993 par Alain Salzman, le groupe Concepts & Distribution est un opérateur immobilier spécialisé dans la formule de centres commerciaux de magasins de marques.

Avec 51% de parts de marché, Marques Avenue est le leader des centres de magasins de marques en France et génère un chiffre d'affaires de 330 millions d'euros (année 2007).

3 - CB RICHARD ELLIS INVESTORS



CB Richard Ellis Investors est une société internationale de gestion d'investissement immobilier avec environ 27,8 milliards d'euros d'actifs sous gestion au 30 juin 2008.

CBRE Investors gère des programmes d'investissement sur les différents segments risque/performance pour le compte de ses clients investisseurs. Chaque programme est animé par une équipe d'investissement dédiée, spécialisée par région et par type d'actifs.

La société est implantée en Amérique du Nord, en Europe et en Asie avec plus de 385 professionnels. En tant que filiale indépendante de CB Richard Ellis Group, Inc. (NYSE:CBG), CB Richard Ellis Investors combine ses compétences en investissement immobilier avec les ressources étendues de CB Richard Ellis, le premier groupe mondial de services en immobilier d'entreprise (sur la base de son Chiffre d'Affaires de 2007).

Une approche unique

- Processus d'investissement discipliné et fondé sur la recherche : utiliser une approche méthodique pour la sélection, les hypothèses d'acquisition, l'évaluation, la gestion et la vente des investissements.
- Organisation des équipes d'investissement par programme : exécuter chaque stratégie grâce à une équipe dédiée, responsable de la performance durant toute la durée de vie du programme d'investissement.
- Capacités d'exécution à travers le monde : gérer activement les actifs pendant la période de détention, en intégrant l'information sur les marchés locaux à chacune des étapes d'investissement, telles l'identification et la gestion des actifs.
- Plateforme de CB Richard Ellis : capitaliser sur les ressources et les forces de CBRE.

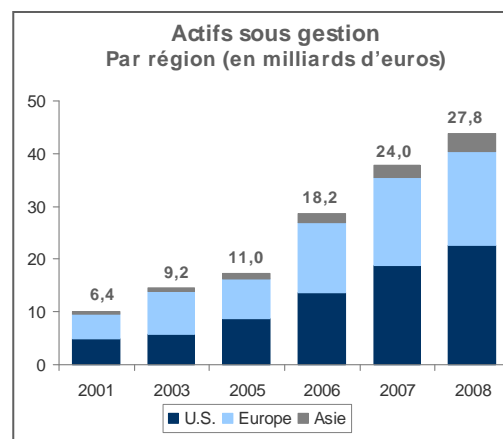
En Europe :

Actifs sous gestion : 11,2 milliards d'euros.

Types d'actifs sous gestion : Bureau, hôtel, commerce, résidentiel, logistique, société foncière cotée mixte, fonds de fonds immobiliers, actions et titres immobiliers cotés.

Nombre de professionnels : 162.

Bureaux : Londres, Paris, Milan, Luxembourg, Francfort, Bruxelles et Amsterdam.



En France :

Actifs sous gestion : 1,7 milliard d'euros.

Activités : Acquérir, repositionner, développer, gérer et revendre des actifs et des sociétés d'exploitation immobilière.

Types d'actifs sous gestion : Bureau, hôtel, commerce, résidentiel, société foncière cotée mixte bureaux et commerces (MRM).

Nombre de professionnels : 50.

4 - VILLE DE CORBEIL-ESSONNES

Marques Avenue A6

Avec l'ouverture de Marques Avenue A6, la ville de Corbeil-Essonnes poursuit une politique visant à créer un pôle commercial régional sur une emprise foncière située au nord de la commune, le long de la N104 (Francilienne) avec l'ambition que ce pôle rivalise avec les autres pôles commerciaux du sud francilien. Le centre commercial Art de Vivre, ouvert en 1988, a constitué l'amorce de ce pôle qui s'est ensuite progressivement étoffé avec l'ouverture de différents équipements, dont notamment en 2006 le parc d'activité commercial Exona (20 magasins, 30 000 m²).

Une convention emploi a été signée entre Marques Avenue, Corbeil-Essonnes et la Maison de l'emploi pour favoriser les habitants de la ville dans l'accession aux postes à pourvoir : 260 emplois ont été créés.

Une Histoire riche

Corbeil-Essonnes compte 43 000 habitants. Ville au riche passé historique, ancien grenier à blé et fournisseur de pain de la ville de Paris, par la Seine, du moyen-âge jusqu'au 18^{ème} siècle, la révolution industrielle permit à la ville un fort développement économique ancré sur les industries du papier (papeteries Darblay), l'imprimerie (Crété), l'industrie (les petits trains Decauville) et la minoterie avec les grands moulins de Corbeil.

De ce riche passé industriel ne restent que les grands moulins de Corbeil (minoterie). La ville a en effet, depuis les années 1950 et 60 connu une mutation économique de l'industrie (secteur primaire) vers le secteur tertiaire. Les métiers de services sont ici en plein essor à l'image du groupe Altys (semi-conducteurs) et de la papeterie Helio-Corbeil.

Un développement concerté

De grands projets à caractère public vont à l'horizon 2010/2014, améliorer et embellir une ville en plein mouvement : la construction de l'hôpital sud-francilien (le plus grand d'Ile de France) en lisière de la ville. Avec plus de 1000 lits, il bénéficiera d'un « plateau médico-technique » dernier cri, d'un centre de recherche, d'une maternité ainsi que d'unités universitaires en prise avec les genopôles.

- Un programme immobilier sur le site de l'ancienne papeterie Darblay : aménagement de centaines de logements sur les 14 hectares du site, à l'horizon 2014.
- Implantation d'un hyper-marché Leclerc, d'une surface de 1900 m² en cœur de ville.
- Implantation d'un centre commercial de 1700 m² à la lisière des Tarterêts ainsi qu'une quinzaine de commerces de proximité.
- La construction de plus de 600 nouveaux logements par an sur la ville, dont de nombreux programmes immobiliers « hauts de gamme ».

VI - REPERES : DATES ET CHIFFRES CLEFS

Marques Avenue A6

Surface du centre Marques Avenue A6 :

54 boutiques et 4 restaurants sur 12 300 m²

1 300 places de parking

Au cœur de 60 000 m² de commerces et 2 500 places de parking.

7^{ème} centre de l'enseigne Marques Avenue, 2^{ème} Marques Avenue en Région Parisienne après Marques Avenue L'Île Saint Denis

Horaires et jours d'ouverture

Du lundi au vendredi de 10 h à 20h, le samedi de 9h à 20h.

Un environnement favorable

2,5 millions d'habitants à moins de 30 minutes du centre Marques Avenue A6

A 30 minutes de la Porte d'Orléans

Avec 51% de parts de marché, Marques Avenue est le leader des magasins de marques en France.

Les grandes étapes du projet

2004 : Acquisition du centre commercial Art de Vivre par Commerces Rendement (groupe MRM)

2005 : Etudes de différentes options pour rénover et restructurer ce centre commercial

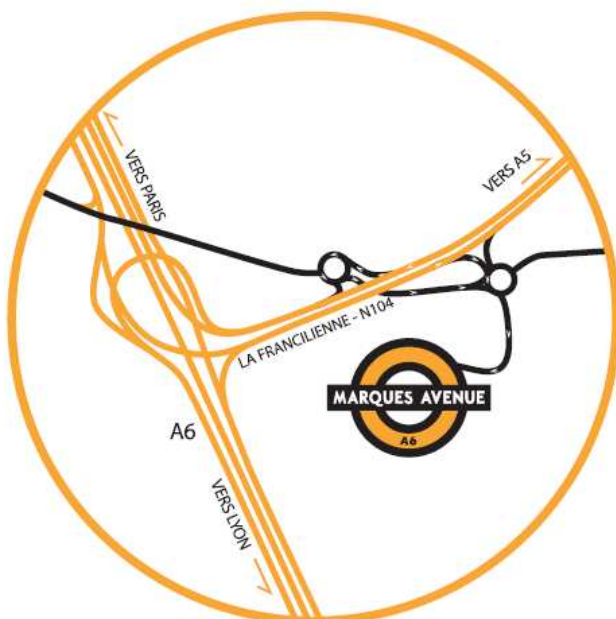
2006 : Accord de partenariat entre MRM et Concepts & Distribution pour l'implantation d'un centre Marques Avenue

2007 : Obtention des autorisations administratives et pré-commercialisation des futures boutiques

2008 : Réalisation des travaux

- Départ des locataires en place début 2008
- Démarrage du chantier en février 2008
- Ouverture : octobre 2008

Plan d'accès



VII - LE RESEAU MARQUES AVENUE EN FRANCE



Troyes Marques Avenue Mode - 1993

Capitale historique de l'industrie de la maille et des magasins d'usine textile, Troyes est également le berceau de Marques Avenue. Elle reste une destination de choix pour les inconditionnels des magasins de déstockage, accros de marques et de shopping astucieux. Ces visiteurs, en provenance de toute la France, voire de l'Europe, peuvent ainsi allier le plaisir de découvrir la beauté de la vieille ville, reflet de son passé historique à celui de faire des achats dans d'anciens sites industriels réhabilités.



L'île Saint-Denis - 1995

A deux pas de Paris, Marques Avenue L'île Saint Denis est l'adresse préférée des initiés de la capitale, sans cesse à la recherche des bonnes affaires. Elle propose 72 boutiques aux adeptes du style sportswear, streetwear ou fashionistas, que ce soit pour le prêt-à-porter homme, femme, ou enfant.



Romans - 1999

Premier village de marques en France, Marques Avenue Romans est implanté dans l'ancienne caserne de gendarmerie réhabilitée par l'architecte Jean-Michel Wilmotte. Situé au coeur de la ville, Marques Avenue rend hommage à la «Capitale de la Chaussure de Luxe» et à sa longue tradition du travail du cuir. Unique centre du sud de la France, Marques Avenue est situé sur la route des vacances et renoue avec l'art de vivre méridional.



Talange - 2000

Marques Avenue Talange est une étape shopping de référence à la croisée de la Belgique, du Luxembourg et de l'Allemagne. Implanté au coeur de la Lorraine et au carrefour de l'Europe, Marques Avenue Talange s'est imposé comme une halte incontournable du commerce lorrain. 63 boutiques proposent ainsi un choix complet de marques composant des offres attirantes, variées et équilibrées, tant pour la clientèle locale qu'internationale.



Côte d'Opale - 2003

A proximité de Calais, sur le site international du Tunnel sous la Manche, la nouvelle escale shopping passe par Marques Avenue Côte d'Opale.



La Séguinière - 2005

Site unique imaginé par Jean-Michel Wilmotte, Marques Avenue La Séguinière permet au visiteur d'accéder à de nombreuses marques au travers de ses 44 boutiques. Il s'articule autour d'un vaste patio entourant un bassin apaisant, et propose des services pour toute la famille : des aires de jeux extérieures et des chaises longues pour profiter des premiers rayons du soleil.



Marques Avenue A6 - 2008

Le choix de l'emplacement idéal de ce nouveau centre situé au carrefour de l'autoroute A6, relayant Paris à Lyon et Marseille, et de la Francilienne (N104), souligne la stratégie de développement du groupe. Ce nouveau centre, unique au sud de Paris, hébergera 54 magasins de marques.