

Communiqué de presse

Paris, le 4 septembre 2019

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) lance la marque Westfield dans dix centres de shopping en Europe continentale avec des événements exceptionnels

- **Westfield, marque reconnue mondialement, offrira une expérience unique à ses visiteurs**
- **John Legend, Rita Ora, Aya Nakamura ou encore Kendji Girac se produiront lors de showcases privés dans les centres français où Westfield sera déployée**

Un showcase privé d'artistes de renommée internationale est prévu dans chacun des dix centres de shopping du Groupe en Europe Continentale qui célèbreront le lancement en septembre de Westfield, la première marque mondiale de centres de shopping de destination.

Westfield, déjà présente à Londres et dans les plus grandes villes des Etats-Unis, sera lancée pour la première fois en Europe continentale dans sept centres en France : Westfield Les 4 Temps, Westfield Forum des Halles, Westfield Vélizy 2, Westfield Parly 2, Westfield Carré Sénart, Westfield Rosny 2 en région parisienne et Westfield Euralille à Lille. La marque sera également déployée en Suède - Westfield Mall of Scandinavia à Stockholm, en République tchèque - Westfield Chodov à Prague, et en Pologne - Westfield Arkadia à Varsovie. D'autres centres du Groupe suivront dès 2020.

Ces centres sont reconnus pour leur attractivité et leur fort ancrage dans leurs territoires. Combinée à leur positionnement de premier plan, Westfield accélérera leur transformation pour répondre aux attentes en constante évolution des visiteurs, qui bénéficieront des événements, des services, des enseignes et des partenariats emblématiques de la marque. Les showcases organisés lors du lancement sont une illustration de l'ambition du programme événementiel, signature de Westfield. Ils accueilleront plus de 25 000 personnes au total.

Christophe Cuvillier, Président du Directoire d'Unibail-Rodamco-Westfield, déclare : « *Le déploiement de Westfield intervient au moment où les consommateurs expriment leur volonté de vivre des expériences fortes, allant au-delà du shopping. Suite à l'acquisition de Westfield en 2018, ce lancement représente une étape majeure dans la poursuite de notre stratégie. Le déploiement d'une marque commune sur un périmètre aussi vaste est une première dans notre industrie.*

Westfield incarne l'excellence des destinations shopping dans le monde entier grâce à la diversité et à la richesse de son offre d'enseignes, de restauration et de loisirs, aux services proposés et aux concerts et événements exceptionnels organisés. Nous créons des expériences inédites qui donnent à nos visiteurs de nouvelles occasions de se rendre dans nos centres de shopping. C'est l'avenir du retail. »

Myf Ryan, Directrice Groupe de la marque, indique : « *Westfield réunira le meilleur du local et de l'international. Afin de proposer à nos visiteurs une expérience au plus près de leurs attentes, nous conserverons l'identité et l'ancrage local de chaque centre de shopping, tout en nous appuyant sur le succès d'autres centres Westfield comme Westfield London ou Westfield Stratford City. Les showcases d'artistes internationaux seront les premiers d'une série d'événements réguliers réunissant les communautés locales autour de moments de partage et de convivialité.* »

Pour célébrer l'arrivée de Westfield au sein des centres, les enseignes se mobilisent pendant plusieurs jours et proposent des offres spéciales, des promotions et des expériences VIP.

De nouveaux services conçus pour faciliter la vie des clients seront proposés dans tous les centres, comme des voiturettes pour enfants, des kiosques de détaxe, des casiers et vestiaires sécurisés, le Click & Collect et la nouvelle carte cadeau Westfield, qui pourra être utilisée dans tous les centres Westfield du pays. Le programme de fidélité qui propose l'accès à des offres, services et événements sera rebaptisé Westfield Club et proposera encore d'autres avantages en 2019 et en 2020.

Un nombre limité de billets est disponible au public pour chaque événement. Pour obtenir un billet pour l'un des événements, rendez-vous sur les plateformes via les liens d'inscription ci-dessous. Grâce à des jeux concours, les fans les plus chanceux pourront rencontrer leur artiste préféré lors de ces événements.

Les showcases accompagneront le lancement d'une campagne publicitaire paneuropéenne en septembre, dans tous les pays concernés. Elle illustrera la promesse de Westfield de créer de véritables lieux de vie.


LES 4 TEMPS

Judi 12 septembre
Warm-up – 19h30
Showcase de John Legend – 20h30
(Ouverture des portes
à partir de 18h30)


FORUM DES HALLES

Vendredi 13 septembre
Warm-up – 19h15
Showcase de John Legend – 19h45
(Ouverture des portes
à partir de 19h00)


VÉLIZY 2

Samedi 14 septembre
Warm-up – 18h00
Showcase de Rita Ora – 19h00
(Ouverture des portes
à partir de 17h30)


ROSNY 2

Mardi 17 septembre
Warm-up – 19h00
Showcase de Kendji Girac – 20h00
(Ouverture des portes
à partir de 18h00)


PARLY 2

Mercredi 18 septembre
Warm-up – 18h00
Showcase de Aya Nakamura – 19h00
(Ouverture des portes
à partir de 17h30)


CARRÉ SÉNART

Dimanche 22 septembre
Warm-up – 17h30
Showcase de Kendji Girac – 18h30
(Ouverture des portes
à partir de 17h00)



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Pour plus d'informations, contactez

AGENCE ØCONNECTION

Alicia Cosme • acosme@oconnection.fr • 01 71 90 50 04 • 06 68 87 36 83

Célia Ruet • cruet@oconnection.fr • 01 85 78 07 61 • 06 10 02 79 31

Coralie Berthoud • cberthoud@oconnection.fr • 01 71 90 50 05 • 06 50 59 90 79

UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Marion Léonet • marion.leonet@urw.com • 01 53 43 75 37 • 07 61 75 69 77

Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield est le premier créateur et opérateur global de centres de destination, avec un portefeuille valorisé à 65,0 Mds€ au 30 juin 2019, dont 86% en commerce, 7% en bureaux, 5% en sites de congrès & expositions et 2% en services. Aujourd'hui, le Groupe possède 92 centres de shopping, incluant 55 « flagships » dans les villes les plus dynamiques d'Europe et des Etats-Unis. Les centres du Groupe accueillent chaque année 1,2 milliard de visites. Présent sur 2 continents et dans 12 pays, Unibail-Rodamco-Westfield propose une plateforme unique pour les enseignes et les évènements des marques, et offre aux clients une expérience exceptionnelle et sans cesse renouvelée.

Grâce à ses 3 700 employés et à une expérience et un savoir-faire inégalés, Unibail-Rodamco-Westfield est en position idéale pour générer de la valeur et développer des projets d'envergure internationale. Le Groupe dispose d'un portefeuille de projets de développement à hauteur de 10,3 Mds€.

Unibail-Rodamco-Westfield se distingue par sa stratégie « Better Places 2030 », qui a pour ambition de créer des lieux conformes aux plus hauts standards environnementaux et de contribuer ainsi à des villes meilleures.

Les actions jumelées d'Unibail-Rodamco-Westfield sont cotées sur Euronext Amsterdam et Euronext Paris (symbole Euronext : URW). Une cotation secondaire a été établie en Australie par l'intermédiaire de Chess Depository Interests. Le Groupe bénéficie d'une notation A par Standard & Poor's et d'une notation A2 par Moody's.

Pour plus d'informations, consultez www.urw.com

Visitez notre bibliothèque média sur <https://mediacentre.urw.com>

Suivez les actualités du Groupe sur Twitter [@urw_group](https://twitter.com/urw_group), LinkedIn [@Unibail-Rodamco-Westfield](https://www.linkedin.com/company/unibail-rodamco-westfield) et Instagram [@urw_group](https://www.instagram.com/urw_group)

Consultez le rapport annuel 2018 du Groupe en suivant ce lien <https://report.urw.com/2018/>