

# DOSSIER DE PRESSE



**MERCREDI 4 MAI 2011 : INAUGURATION  
du centre commercial Inter IKEA Centre Group (ICG)  
au sein du parc maison + de Thillois Reims**



Une offre unique d'enseignes plurielles développée par SOPIC et Inter IKEA Centre Group pour répondre aux attentes des habitants, dynamiser la région et renforcer son attractivité. Un centre commercial dans un cadre exceptionnel qui donne le sourire à toute la famille.

Groupe SOPIC  SOPIC

**Contact presse SOPIC**

Agence Open Space

Eugénie Dautel

Tél. : 01 47 64 19 80

Courriel : eugenie@openspace.fr



Inter IKEA Centre Group 

**Contact presse Inter IKEA Centre Group**


Agence 14septembre Grand Sud

Isabelle Crémoux-Mirgalet

Tél. : 04 78 69 30 95 - 06 11 64 73 68

Courriel : isabellecremoux@14septembre.fr

# SOMMAIRE

- p.4-5** Communiqué de presse, mercredi 4 mai 2011
- p.6** Un cadre propice au shopping-plaisir
- p.7** Les chiffres Clefs
- p.8** Informations pratiques
- p.9** Un programme complémentaire : îlots 1 et 4 du parc maison + 
- p.10-12** L'avis de 11 acteurs clefs du projet



THILLOIS, le 4 mai 2011

Après le magasin IKEA, ouvert le 25 août dernier, c'est au tour du centre commercial Inter IKEA Centre Group (IICG) de Thillois d'être officiellement inauguré ce jour, en présence des équipes IKEA, SOPIC et des élus locaux.

**Projet d'envergure régionale**, cet ensemble sur-mesure entièrement dédié à l'univers de la maison et du bien-être chez soi, prolonge de manière concertée le dispositif commercial de la région et s'inscrit en complémentarité avec l'offre existante sur le territoire.

Tous ses acteurs ont eu à cœur de définir, de développer et de promouvoir un centre commercial innovant et moderne, doté d'une démarche de haute qualité environnementale, facile d'accès et répondant aux attentes des habitants, qui seront prochainement sollicités pour doter le centre d'un nom qu'ils auront choisi.

## PENSÉ POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DES HABITANTS DE LA RÉGION

Deuxième centre commercial ouvert en France par Inter IKEA Centre Group, ce projet acquis auprès de SOPIC chargé de l'aménagement de la ZAC en accord avec la communauté de communes, s'inscrit dans le cadre du parc maison +.

**Le centre commercial IICG de Thillois se dote aujourd'hui de sa propre personnalité**, sous la direction de Stéphane Biarez son directeur.

Conçu comme un véritable lieu de vie et de convivialité, le centre commercial est organisé autour d'un mail piéton à ciel ouvert, hors de toute circulation automobile et donc propre à rendre la visite ludique et sûre à la fois pour tous les membres de la famille.

Il bénéficiera en outre du savoir-faire du groupe suédois en matière de gestion de centres commerciaux, d'animations et de services. C'est dans l'ADN de IKEA d'offrir à tous les membres de la famille **d'avantage qu'une simple expérience de shopping** et cela s'applique au centre commercial IICG de Thillois : visite sécurisée, sanitaires permettant de changer bébé, aires de jeux pour les enfants sont d'ores et déjà en place. D'autres pistes sont à l'étude pour renforcer l'esprit d'un shopping-plaisir, ludique, qui donne le sourire, comme le traduit le logo du centre.

**Véritable invitation à la balade shopping**, ce lieu trouve dès aujourd'hui toute sa place dans les habitudes locales, sans nuire aux commerces de centre ville et bien au contraire en attirant des clients d'une zone de chalandise élargie, grâce au pouvoir d'attraction de l'enseigne suédoise.

## BAPTISÉ PAR LES HABITANTS DE LA RÉGION

Afin de renforcer plus encore le lien tissé avec les habitants de la région, IICG a choisi de faire baptiser son centre sur le mode participatif. Dans les mois à venir, IICG organisera auprès des habitants de la région un concours doté d'un joli prix pour trouver le nom définitif du centre commercial.

## CHOISI PAR DES ENSEIGNES INÉDITES DANS LA RÉGION ET EN FRANCE

Doté aujourd'hui de 19 enseignes qui se sont installées au cours des derniers mois, le centre commercial IICG de Thillois dont la promotion a été assurée par SOPIC, est le premier projet à thème de la région. **Autour d'une valeur montante : la maison**. La maison comme lieu de vie, de réception, de bien-être au quotidien et d'expression de soi.

Il offre dans un cadre architectural et paysager soigné, une offre commerciale regroupant, autour du magasin IKEA, un choix exceptionnel d'enseignes locales, nationales et internationales - dont certaines font leurs premiers pas en France, toutes spécialisées dans les secteurs de l'art de vivre : ameublement, décoration, électroménager, arts de la table, aménagement de la maison, loisirs : A.S. Adventure, Chantemur, Darty, Fnac, Geneviève Lethu, Hémisphère Sud, Interior's, Interactif, Intersport, La Cuisinerie, Le Roi du Matelas, Maison de la Literie, Maxi Zoo, Meubles Gauthier, Passage Bleu, Salon Center, Zodio et également des points de restauration comme L'atelier des Crêpes et Subway. Lumiland et Maisons de Lumière by Technal sont annoncées pour mai et Tousalon d'ici la rentrée.

**Commercialisé à 85%**, le centre dispose seulement de 5 espaces encore disponibles.





## FACILEMENT ACCESSIBLE

Projet mené en concertation avec la communauté d'agglomération de Reims, la communauté de communes Champagne Vesles, le Conseil Général de la Marne, **l'ensemble du parc commercial a fait l'objet de réflexions concrètes sur son accessibilité.**

Le centre commercial est également doté de parkings à vélo.

Les améliorations nécessaires aux infrastructures ont été réalisées et le centre commercial, inscrit dans une démarche de développement durable, bénéficie par ailleurs d'un accès en transports en commun grâce au prolongement de la ligne de bus B et la création de deux arrêts au sein du centre commercial IICG de Thillois, réalisés par la TUR (Transport Urbain Rémois).

## CRÉATEUR D'EMPLOIS LOCALEMENT

De plus, ce nouveau centre commercial a permis à ce jour, la création d'environ 200 emplois localement. La collaboration étroite établie avec Pôle Emploi a permis de favoriser l'ancrage local des emplois créés.

**23 000 m<sup>2</sup>**

de surface de vente à dominante  
maison et bien-être

Un projet de

**40 millions  
d'euros**

qui a généré environ

**200 emplois**  
localement





## FAIRE DU SHOPPING UN PLAISIR TEL POURRAIT ÊTRE LE LEITMOTIV DU CENTRE COMMERCIAL IICG DE THILLOIS

Les centres commerciaux Inter IKEA Centre Group sont développés autour **d'un concept de services original, "family friendly" cultivé par Inter IKEA Centre Group.**

Il s'agit de proposer aux visiteurs du centre un moment de détente pour toute la famille.

L'accès est simple tant en voiture, grâce à une signalétique renforcée et à de nombreuses places de parking, que pour les piétons qui peuvent se rendre au centre commercial en empruntant la ligne de bus B.

La famille y trouve une convivialité qui doit beaucoup à la simplicité de l'aménagement du site mais aussi à la qualité des services : des sanitaires accueillants où pouvoir changer bébé, des pôles de restauration mais aussi des aires de repos et de jeux pour les 2 à 12 ans, qui accompagnent les espaces verts.

Visite fluide dans un mail à ciel ouvert sans circulation, ambiance sécurisée grâce à la présence d'un personnel formé à la sécurité et à l'accueil, tout est fait pour que le plaisir de la visite soit assuré.

À Thillois, cette attention particulière portée à la qualité de lieux accueillants, sécurisés, pour que la famille passe un moment agréable, est facilitée par la qualité même du projet, tant sur le plan environnemental qu'architectural.

## UNE DÉMARCHE ARCHITECTURALE EN COHÉRENCE AVEC LE SITE

**Le projet architectural a été mené par SCAU, architecte entre autre du Stade de France.** Sa démarche a consisté à placer le parc commercial **dans la continuité du contexte existant**, en créant un lien avec le caractère du site.

Le projet repose sur la confrontation des traitements architecturaux des façades, chacune répondant à une logique d'orientation. En premier lieu, une façade «extérieure» tournée vers les grands axes routiers est pensée comme un signal, un événement visuel et plastique dont l'illusion optique transforme sa linéarité en un effet cinétique rappelant les lignes du grand paysage environnant. Puis une façade "intérieure", conçue comme un volume vide, oppose un bâtiment continu à des boutiques indépendantes.

Entre les deux, l'espace se dessine et prend la silhouette d'un pictogramme de maison au toit ouvert : l'identité du lieu se révèle comme un espace commercial dédié à l'habitat. Enfin, entre les boutiques, des jardins thématiques rythment la promenade du piéton.

## UN PROJET INTÉGRÉ DANS SON ENVIRONNEMENT

**La démarche environnementale entreprise par SOPIC pour l'ensemble du parc commercial se traduit par une volonté d'aménager un ensemble limitant les nuisances qu'il peut générer sur son environnement.**

Concrètement, le dispositif se concentre sur la maîtrise des consommations d'énergie :

- Les bâtiments sont dotés d'une enveloppe qui optimise l'isolation thermique limitant ainsi le recours au chauffage ou à la climatisation ;
- Installation d'éclairages extérieurs et intérieurs économes en électricité grâce à un dispositif de LED ;
- Mise en place d'une installation solaire photovoltaïque de 320m<sup>2</sup> pour une production annuelle de plus de 11 000 kwh/an ;
- Optimisation de la gestion de l'eau à travers un système de récupération des eaux pluviales pour alimenter la défense incendie et l'arrosage des espaces verts grâce à un système économe de goutte à goutte ;
- Mise en place de déchetteries avec valorisation des déchets par le tri sélectif.



## LES CHIFFRES CLEFS DU CENTRE COMMERCIAL INTER IKEA DE THILLOIS

2<sup>e</sup> centre commercial de IICG en France  
Directeur : Stéphane Biarez

18,6 hectares de terrain (magasin IKEA compris)

SHON : 27 000 m<sup>2</sup>

Surface commerciale : 23 000 m<sup>2</sup>

Inauguration : 4 mai 2011

Nom : attribué d'ici la fin de l'année 2011

Commercialisation à date : 85%

Enseignes : 22 actuellement

**19 déjà ouvertes** : A.S. Adventure, Chantemur, Darty, Fnac, Geneviève Lethu, Hémisphère Sud, Interior's, Interactif, Intersport, La Cuisinerie, Maison de la Literie, Maxi Zoo, Meubles Gauthier, Passage Bleu, Salon Center, Zodio et également deux points de restauration comme L'atelier des Crêpes et Subway.

**2 en mai** : Lumiland et Maisons de Lumière by Technal

**1 d'ici la rentrée** : Tousalon

### INVESTISSEMENT ET EMPLOIS

Centre commercial Inter IKEA à Thillois : 40 millions d'euros (hors investissements des enseignes)  
Création d'emplois : **300** dont 200 localement

### ZONE D'ATTRACTIVITÉ

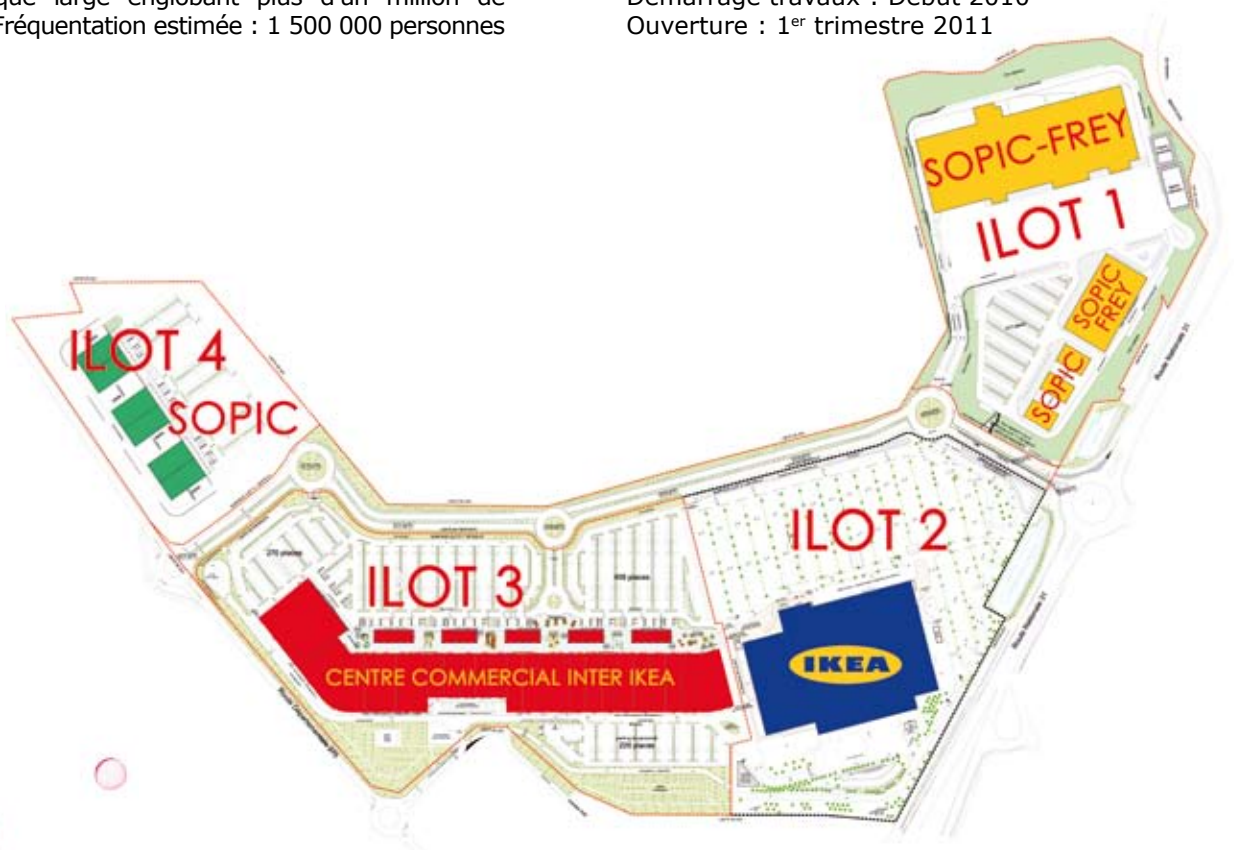
L'originalité du concept du centre associé à l'attractivité de l'enseigne suédoise a permis de déterminer une zone de chalandise de 763 377 personnes, au sein d'un bassin démographique large englobant plus d'un million de personnes. Fréquentation estimée : 1 500 000 personnes

### ACTEURS

Investisseur : INTER IKEA CENTRE GROUP  
Promoteur : SOPIC  
Aménageur : SOPIC  
Architecte : SCAU  
BET : SNC LAVALIN PNGAT

### CALENDRIER

Permis de construire : 31/01/2009  
Démarrage travaux : Début 2010  
Ouverture : 1<sup>er</sup> trimestre 2011



## INFOS PRATIQUES

### INFOS PRATIQUES

**HORAIRES :** Ouvert tous les jours du lundi au samedi de 10h00 à 20h00.  
Nocturne jusqu'à 22h00 le vendredi.  
Ouvertures exceptionnelles les 2 et 13 juin

**SERVICES :** 2 aires de jeux pour les 2 à 12 ans  
Parkings : 1200 places dédiées  
(+300 places réservées aux salariés des différentes enseignes)  
Transports en commun : Ligne B

### LES ENSEIGNES (surfaces en SHON)

#### NATIONALES

Chantemur	618 m <sup>2</sup>
Darty	2 088 m <sup>2</sup>
Fnac	2 411 m <sup>2</sup>
Geneviève Lethu	300 m <sup>2</sup>
Hémisphère Sud	825 m <sup>2</sup>
Interior's	825 m <sup>2</sup>
Interactif	225 m <sup>2</sup>
Intersport	2 000 m <sup>2</sup>
Le Roi du Matelas	618 m <sup>2</sup>
Lumières by Technal	225 m <sup>2</sup> (Mai 2011)
Lumiland	618 m <sup>2</sup> (Mai 2011)
Maxi Zoo	1 225 m <sup>2</sup>
Meubles Gauthier	825 m <sup>2</sup>
Passage Bleu	350 m <sup>2</sup>
Tousalon	825 m <sup>2</sup> (d'ici rentrée 2011)
Zodio	3 644 m <sup>2</sup>

#### RÉGIONALES

La Cuisinerie	450 m <sup>2</sup>
Maison de la Literie	402 m <sup>2</sup>
Salon Center	750 m <sup>2</sup>

#### BELGE

A.S. Adventure	2 000 m <sup>2</sup>
----------------	----------------------

#### LES POINTS DE RESTAURATION

L'atelier des Crêpes	200 m <sup>2</sup>
Subway	185 m <sup>2</sup>

Le centre commercial bénéficiera bien évidemment d'un rythme régulier d'animations, qui seront là pour soutenir le positionnement d'un centre innovant, ludique et moderne.

#### À VOS AGENDAS, LA FÊTE DES MÈRES PREND UN GRAND COUP D'AIR FRAIS

Premier événement inédit : le baptême de vol en Montgolfière, aux couleurs du centre.

Le jeu concours donnant accès à ces vols est clos : les 10 gagnants profiteront sur le week-end de la Fête des Mères de leur baptême de vol en Montgolfière.

Mais pour que la fête soit élargie au plus grand nombre, ce même week-end, les visiteurs du centre auront également la possibilité de monter en ballon, pour un vol statique.



## UN PROGRAMME COMPLÉMENTAIRE POUR SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Un développement est conduit par SOPIC sur les îlots 1 et 4 afin de compléter l'offre et parachever l'aménagement de la ZAC.

### ÎLOT 1 : UNE OFFRE COMPLÉMENTAIRE

Cet espace de 18 200 m<sup>2</sup> réparti sur 5 bâtiments permettra de compléter et de renforcer l'offre du centre commercial. Ainsi, SOPIC a développé un pôle restauration avec 3 enseignes au positionnement complémentaire : Les 3 Brasseurs, Il Ristorante et La Compagnie des Zincs. Le site accueillera également le magasin Castorama du Val de Murigny en recherche de nouvelles infrastructures pour porter son développement et l'enseigne Boulanger.

#### ENSEIGNES

Castorama	13 500 m <sup>2</sup> SHON	Transfert
Boulanger	3 600 m <sup>2</sup> SHON	Implantation
Les 3 Brasseurs	550 m <sup>2</sup>	Implantation
Il Ristorante	50 m <sup>2</sup>	Implantation
La Compagnie des Zincs	500 m <sup>2</sup>	Implantation

#### CHIFFRES CLEFS

Surface : 18 200 m<sup>2</sup>  
Investissements : 25 M€  
Commercialisation : 100%  
Fréquentation estimée : 700 000 personnes

#### ACTEURS

Investisseurs Boulanger et Castorama : SOPIC-FREY  
Investisseur restaurants : SOPIC  
Aménageur : SOPIC

#### CALENDRIER

Permis de construire	janvier 2010
Démarrage des travaux	mars 2011
Ouverture des restaurants	été 2011
Ouverture des enseignes	sept 2011 Boulanger mars 2012 Castorama

### ÎLOT 4 : 3 TRANSFERTS POUR SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DES ENSEIGNES

SOPIC définit en collaboration avec les élus un projet en adéquation avec la dynamique du site axée sur l'équipement de la maison et pour répondre aux besoins des enseignes en développement. Ainsi, cet espace de 2 400 m<sup>2</sup> accueillera les transferts des magasins Rémois Ixina, Cuisine Plus et Le Faillitaire.

#### ENSEIGNES

Ixina	800 m <sup>2</sup> SHON	Transfert
Cuisine Plus	800 m <sup>2</sup> SHON	Transfert
Le Faillitaire	800 m <sup>2</sup> SHON	Transfert

#### CHIFFRES CLEFS

Surface : 2 400 m<sup>2</sup>  
Investissements : 3 M€  
Commercialisation : 100%  
Fréquentation estimée : 200 000 personnes

#### ACTEURS

Investisseur : SOPIC  
Promoteur : SOPIC  
Aménageur : SOPIC  
Architecte : EPOK  
BET : PINGAT

#### CALENDRIER

Permis de construire	mai 2011
Démarrage des travaux	janvier 2012
Ouverture	septembre 2012

Enfin, une seconde phase de développement de l'îlot 4 sur environ 6 000 m<sup>2</sup> est prévue pour 2013.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR JACQUES BOURGOGNE, MAIRE DE THILLOIS

### À l'heure de l'inauguration quel premier bilan tirez-vous de ce nouveau projet sur le territoire de Thillois ?

Je tire un bilan très positif de cette deuxième collaboration avec le groupe SOPIC et des contacts noués avec IKEA et Inter IKEA Centre Group avec la venue de ce nouveau concept de magasin qui offre un éventail de choix à tous les consommateurs de notre région, qui confirme par le nombre de visiteurs d'horizons aussi différents que lointains la zone de chalandise.

### Quelle importance accordez-vous à la qualité architecturale du projet ?

Je pense que la disposition des enseignes en enfilade desservies par cette allée piétonne agréable et ombragée aux heures les plus chaudes constitue un espace de promenade, tout en faisant du shopping. Cet espace sera intéressant l'hiver par son éclairage avec un potentiel commercial fort pour les enseignes qui sauront attirer les acheteurs.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR LUC BZDAK, PRÉSIDENT DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNE CHAMPAGNE VESLE

### Quels sont les effets escomptés de ce pôle d'activités ?

Le parc d'activités commerciales de Thillois est la seconde phase de notre développement économique en partenariat avec le groupe SOPIC. Cette réalisation, menée sous l'égide de Inter IKEA Centre Group, conforte le succès du parc Millesime ouvert il y a dix ans déjà et réaffirme le dynamisme de notre intercommunalité au porte de Reims. À travers cette inauguration, je soulignerais l'impact sans précédent de créations d'emplois dans notre bassin de vie, l'attractivité des enseignes nouvelles ou reconnues qui conforte celles déjà ouvertes. Ce pôle d'activités majeur provoquera, j'en suis persuadé, l'implantation de nouveaux investisseurs sur notre territoire.

### Quelle importance accordez-vous à la performance environnementale du projet ?

Les élus de la Communauté de communes Champagne Vesle sont plus que jamais sensibilisés sur la qualité environnementale de ce programme. Ils ont été très attentifs, dès le début du chantier, à la limitation des transports des déblais sur ce site, il faut reconnaître que la gestion « déblais - remblais » s'est organisée dans le périmètre même du site n'ayant ainsi aucun impact sur nos villages. Nous avons également apprécié le cadre architectural et la récupération optimisée de l'eau de pluie pour la défense incendie et ainsi limiter le prélèvement sur les ressources naturelles en sous-sol. Je pourrais aussi vous dire tout notre satisfaction pour l'attention qui a été portée aux accès et aux parkings bien pensés pour faciliter l'accessibilité de site sans perturber la circulation sur les axes routiers existants. Le Parc commercial est une véritable réussite et conforte l'image des 31 villages de notre Communauté de communes.

Inter IKEA Centre Group 

## 2 QUESTIONS À MONSIEUR RICHARD VATHAIRE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE INTER IKEA CENTRE GROUP FRANCE, ESPAGNE ET PORTUGAL

### Qu'est-ce qui motive le Groupe IKEA à ouvrir des centres commerciaux ?

Notre mission est de développer, créer et investir à long terme dans des espaces commerciaux où se trouve (où se trouvera) un magasin IKEA. Notre objectif principal est d'augmenter la qualité de la zone commerciale à proximité du magasin IKEA, au profit des visiteurs et du magasin IKEA lui-même.

### Si vous deviez définir vos centres commerciaux en quelques mots ?

Des centres commerciaux proposant une expérience différente, accueillante et sécurisée, avec une vraie réflexion locale pour répondre aux attentes des habitants de la zone de chalandise.



## 2 QUESTIONS À STÉPHANE BIAREZ, DIRECTEUR DU CENTRE COMMERCIAL IICG À THILLOIS

### En quoi votre centre commercial est-il différent ?

Nous ne sommes pas un centre commercial de plus où le visiteur se sent obligé de venir faire ses courses, nous voulons être un endroit de shopping-plaisir. Nous faisons attention aux accès, à la signalétique, à l'architecture, à l'ambiance sonore et à l'ambiance family friendly.

### Tout le monde parle du centre commercial IKEA, est-ce son nom définitif ?

Le magasin IKEA est une formidable locomotive et c'est bien cette complémentarité que nous recherchons. Néanmoins, le centre a son identité propre et c'est la raison pour laquelle nous allons le baptiser. Et parce que nous portons beaucoup d'attention au fait d'être un partenaire local sur le long terme, nous avons décidé de faire participer le grand public à la recherche du nom. Un concours sera prochainement lancé.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR MICHEL COUSIN PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE SOPIC

### Aujourd'hui, vous inaugurez un projet ambitieux sur lequel vous travaillez depuis de nombreuses années : quel bilan faites-vous ?

Nous sommes ravis de voir ce projet inauguré et si bien accueilli par le public. C'est l'accomplissement d'un travail ambitieux qui a permis de faire émerger un outil commercial innovant et différenciant pour la région notamment en termes d'architecture ou d'intégration environnementale. Mais la singularité de ce centre réside dans sa programmation axée sur la maison avec une offre plurielle d'enseignes particulièrement complémentaires et créatrices de valeur pour tous.

### Quelle place occupe le développement durable chez SOPIC aujourd'hui ?

Entreprise citoyenne engagée dans le développement durable, SOPIC s'est particulièrement investie sur ce volet depuis sa mission d'aménageur avec une longue réflexion sur le réseau de transports en commun jusqu'à la phase de promotion en calibrant un programme cohérent et pertinent pour les collectivités et les habitants. Nous avons également développé une collaboration étroite avec Pôle Emploi pour favoriser l'emploi local avec près de 200 emplois créés localement.



## QUESTION À MONSIEUR MAXIME BARBIER ET MONSIEUR LUC DELAMAIN, ARCHITECTES ASSOCIÉS SCAU

### Sous quels aspects environnementaux ce projet a-t-il été conçu ?

Le projet s'inscrit dans une démarche environnementale exigeante par un concept d'aménagement à faible nuisance sur l'environnement. Une étude précise sur le nivellement du terrain a permis d'obtenir une équivalence entre les déblais et les remblais en harmonie avec le paysage agricole environnant. L'implantation des bâtiments a été pensée afin de protéger les visiteurs des vents et de l'ensoleillement, de favoriser le développement de modes de déplacement doux, de créer une enveloppe compacte à faible taux de surface vitrée offrant une réduction des consommations d'énergies. Enfin, l'éclairage par diffusion horizontale des parkings, économique et sécurisant, et la création de nombreux espaces plantés limités en besoin d'eau contribuent à inscrire le projet en harmonie avec la nature.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR THIERRY LUBIN DIRECTEUR DU DÉVELOPPEMENT ZODIO

### Pourquoi avoir choisi de vous implanter au sein du centre commercial IICG de Thillois ?

La première fois que nous sommes entrés en contact avec SOPIC pour ce projet, Zodio venait de naître. Nous venions d'ouvrir notre premier magasin à Massy. Ce projet était moderne avec une thématique d'offre maison et culture. Nous avons été particulièrement séduit par l'ambition balade et plaisir d'achat de ce programme.

### Quels sont vos objectifs pour ce point de vente ?

Zodio Reims Thillois est notre quatrième magasin. Nous souhaitons que les Rémois prennent du plaisir en le parcourant et qu'ils trouvent des services et des produits différents qui leur donnent envie de faire bouger la maison.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR FRÉDÉRIC HUFKENS, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE A.S. ADVENTURE

### **Pourquoi avoir choisi le centre commercial IICG de Thillois comme premier point de vente en France ?**

Situé entre l'autoroute de Lille et de Paris tout en restant proche de la ville, le centre commercial IICG de Thillois possède une implantation particulièrement propice. C'est également un site à l'architecture stylée et aux enseignes de qualité en plein développement pour les années futures. Enfin, la proximité d'un magasin IKEA est aussi un atout.

### **Quels sont vos objectifs pour ce point de vente et pour le territoire français ?**

Notre but est de faire découvrir notre concept d'expérience d'achat incomparable, particulièrement innovant, aux adeptes de loisirs actifs des environs de Reims, et ensuite, plus largement, du nord de la France. A.S. Adventure y bénéficiant déjà d'une petite notoriété grâce à la proximité de la frontière, nous souhaitons, en effet, y implanter nos premiers magasins français.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR JÉRÔME GROMONT, DIRECTEUR GÉNÉRAL ASSOCIÉ FONDATEUR DE INTER-ACTIF

### **Pourquoi avoir choisi de vous implanter au sein du centre commercial IICG de Thillois ?**

Notre activité de prestations de services aux professionnels et le développement des ventes grand public de la marque Apple, nous a poussé pendant une longue période à rechercher un espace mariant ingrédients quasi inassociables : le trafic piétonnier et la facilité de parking. Ce centre commercial est arrivé comme "LA" solution à notre dilemme ! Nous avons besoin d'un grand espace de démonstration, sobre et facile d'accès, qui donne envie d'entrer ! Par cette nouvelle boutique, nous offrons à notre clientèle une expérience d'achat unique en son genre que la grande distribution ne peut offrir...

### **Quels sont vos objectifs pour ce point de vente ?**

Nous sommes au bon endroit, au bon moment, avec le bon produit, nos objectifs sont atteints !



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR THOMAS BRUSCHI, DIRECTEUR DU MAGASIN LA CUISINERIE

### **Pourquoi avoir choisi de vous implanter au sein du centre commercial IICG de Thillois ?**

Reims, comme toutes les villes, évolue et vit des mutations. Tout commerce dynamique se doit d'évoluer avec sa ville, sous peine de mourir à petit feu. La Cuisinerie a déménagé sur le site de Thillois afin d'améliorer le service à sa clientèle : un grand parking et une surface d'exposition 2 fois plus grande qu'avant. Nous bénéficions aussi d'une excellente visibilité dans une zone commerciale dédiée à l'aménagement de la maison et aux loisirs, avec de belles locomotives commerciales telles que IKEA ou la FNAC.

### **Quels sont vos objectifs pour ce point de vente ?**

Notre objectif est de continuer à faire bénéficier à nos clients de notre savoir-faire pour l'équipement de la cuisine. Nous concevons et installons des cuisines depuis 1977 et nous souhaitons être le magasin référence de Reims sur le marché de la cuisine moyen-haut de gamme. La Cuisinerie est complémentaire de IKEA et propose une montée en gamme, aussi bien pour l'installation de cuisines sur-mesure, que pour les ustensiles culinaires.



## 2 QUESTIONS À MONSIEUR WILLIAM LEGENDRE DIRECTEUR DE LA FRANCHISE L'ATELIER DES CRÊPES

### **Pourquoi avoir choisi de vous implanter au sein du centre commercial IICG de Thillois ?**

Nous avons été attirés par la configuration conviviale du site, par son architecture et pour sa situation géographique, par l'attractivité du magasin IKEA ainsi que quelques grandes enseignes nationales, la modernité du site nous a permis d'aboutir à un concept novateur et unique dans le domaine de la crêperie.

### **Quels sont vos objectifs pour ce point de vente ?**

Ayant déjà plusieurs établissements sous l'enseigne « l'Atelier des Crêpes », la crêperie installée sur ce centre commercial sera notre restaurant référent pour le lancement officiel de la franchise « l'Atelier des Crêpes », avec une approche nouvelle et unique en crêperie. Nous retrouver au milieu de grandes enseignes nationales et internationales, c'est pour nous une rampe de lancement pour le développement de notre réseau.