



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Paris, Amsterdam, 25 juin 2019

Communiqué de presse

Unibail-Rodamco-Westfield lance la marque Westfield en Europe Continentale avec une première vague de dix centres de shopping de destination

Le déploiement de la marque Westfield en Europe continentale avait été annoncé lors de l'acquisition de Westfield par Unibail-Rodamco en 2018 pour former Unibail-Rodamco-Westfield, le premier créateur et opérateur global de centres de shopping de destination.

Unibail-Rodamco-Westfield révèle aujourd'hui le nom de ses dix premiers centres de shopping qui bénéficieront de la marque dès septembre 2019, ainsi que deux projets de développement :

Sept en France - Westfield Les Quatre Temps, Westfield Forum des Halles, Westfield Vélizy 2, Westfield Parly 2, Westfield Carré Sénart et Westfield Rosny 2 en région parisienne, et Westfield Euralille à Lille ; un en Suède - Westfield Mall of Scandinavia à Stockholm ; un en République Tchèque - Westfield Chodov à Prague ; et un en Pologne - Westfield Arkadia à Varsovie. Les deux projets en développement sont Westfield Mall of the Netherlands près de La Haye aux Pays-Bas, livré en 2020, et Westfield Hamburg en Allemagne, prévu pour 2022.

Ces centres partagent plusieurs caractéristiques : ils sont déjà de véritables destinations, avec une localisation et une accessibilité excellentes, une grande qualité d'architecture et de design, une offre d'enseignes optimale, une qualité de service reconnue, la capacité à proposer des événements emblématiques, et des pratiques exemplaires en matière de RSE.

Westfield est la seule marque véritablement mondiale du secteur. Elle est la marque « signature » pour les centres les plus emblématiques tels que Westfield London et Westfield Stratford City à Londres, Westfield Century City et Westfield UTC en Californie, ou Westfield World Trade Center à New York.

La marque est reconnue pour l'expérience de premier plan qu'elle offre à ses visiteurs, à travers la diversité ou la qualité des enseignes de shopping, de restauration ou de loisirs, les services ou les concerts et événements proposés. Le déploiement de la marque sur les centres de shopping de destination phares d'Unibail-Rodamco-Westfield intervient au moment où les visiteurs expriment de nouvelles attentes et cherchent de plus en plus à vivre des expériences sensorielles et émotionnelles, au-delà du simple shopping.

Une campagne de marketing et de communication sera lancée en septembre 2019 pour accompagner le déploiement de la marque sur l'ensemble des pays dans les médias traditionnels (cinéma, TV et presse) et digitaux, ainsi que sur les réseaux sociaux.

Christophe Cuvillier, Président du directoire d'Unibail-Rodamco-Westfield, déclare : « *Capitaliser sur Westfield, la seule marque mondiale dans notre secteur, va renforcer la valeur et le positionnement de nos centres de shopping de destination en Europe continentale. Soutenu par une campagne marketing originale*



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

et des événements exceptionnels, son déploiement fera de nos centres des lieux de shopping uniques pour nos clients et offrira une plateforme internationale inégalée pour le développement des enseignes ».

Le déploiement de la marque Westfield se poursuivra en 2020 et 2021.

Des opportunités uniques pour les enseignes

Avec des emplacements au sein des villes les plus dynamiques, la marque Westfield offre désormais aux enseignes internationales un réseau couvrant le Royaume Uni, les Etats-Unis et l'Europe Continentale. Les centres Westfield sont l'environnement idéal pour permettre aux marques de rencontrer leurs clients.

Des événements et des services de premier plan pour les visiteurs

Les événements sont la signature des centres Westfield. Des artistes de renommée internationale tels que Lady Gaga, Rita Ora, Rihanna ou John Legend se sont déjà produits au sein des centres Westfield aux Etats-Unis ou au Royaume-Uni, et des avant-premières mondiales ou européennes de films tels que « Casse-Noisette et les Quatre Royaumes », « Iron Man 2 » ou « The Avengers : l'ère d'Ultron » y ont été organisées. Des événements seront proposés pour célébrer le lancement de la marque Westfield en Europe continentale, puis de manière régulière après le lancement.

Des liens forts avec les communautés locales

L'une des caractéristiques de la marque Westfield est son fort ancrage local. En France, en Suède, en Pologne ou en République tchèque, les centres de shopping du Groupe ont déjà établi des liens très étroits avec les acteurs locaux. De nombreux centres contribuent par exemple à des initiatives telles que URW for Jobs, et le Groupe a récemment organisé dans les 12 pays où il est présent sa première Journée Mondiale de Solidarité, durant laquelle tous ses centres et plus de 2 000 collaborateurs ont pu contribuer à des initiatives locales aux côtés d'associations. En Europe Continentale, le lancement de la marque Westfield renforcera ces liens déjà forts avec les communautés locales.



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Calendrier

Westfield Les Quatre Temps – 12 septembre 2019

Westfield
LES 4 TEMPS

Westfield Forum des Halles – 13 septembre 2019

Westfield
FORUM DES HALLES

Westfield Vélizy 2 – 14 septembre 2019

Westfield
VÉLIZY 2

Westfield Parly 2 – 18 septembre 2019

Westfield
PARLY 2

Westfield Carré Sénart, 19 septembre 2019

Westfield
CARRÉ SÉNART

Westfield Euralille – 20 septembre 2019

Westfield
EURALILLE

Westfield Rosny 2 – 21 septembre 2019

Westfield
ROSNY 2

Westfield Arkadia – 25 septembre 2019

Westfield
ARKADIA

Westfield Chodov – 26 septembre 2019

Westfield
CHODOV

Westfield Mall of Scandinavia – 28 septembre 2019

Westfield
MALL OF SCANDINAVIA

**Westfield Mall of the Netherlands (projet)
2020**

Westfield
MALL OF THE NETHERLANDS

**Westfield Hamburg (projet)
2022**

Westfield
HAMBURG



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Illustrations sur demande

Pour plus d'informations :

Relations médias

Tiphaine Bannelier-Sudérie

+33 1 76 77 57 94

Tiphaine.Bannelier-Suderie@urw.com

Relations investisseurs

Samuel Warwood

Maarten Otte

+33 1 76 77 58 02

Maarten.otte@urw.com

Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield est le premier créateur et opérateur global de centres de shopping de destination, avec un portefeuille valorisé à 65,2 Mds€ au 31 décembre 2018, dont 87% en commerce, 6% 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 événements 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 11,9 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, LinkedIn @Unibail-Rodamco-Westfield et Instagram @urw_group

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