



BAYONNE AMETZONDO

2014

Un concept novateur de centre commercial pour le Pays Basque

An innovative concept of shopping centre for the Pays Basque





DES OFFRES ET DES CONCEPTS INÉDITS POUR 2014

- L'implantation de l'enseigne IKEA, très attendue au pays Basque, attirera des visiteurs jusqu'en Espagne,
- Une offre commerciale variée et complémentaire de l'offre existante dans la région,
- Un espace de restauration intégrant un "Food Court" au concept novateur, ouvert sur le fleuve Adour,
- Le concept inédit de l'Achat Plaisir, soutenu par notre politique de services Family-Friendly: proposer une véritable expérience aux clients en créant une visite facile, sécurisée et conviviale,
- Une architecture moderne, conviviale, fonctionnelle et responsable en matière environnementale.

NEW AND COMPLETE OFFER AND CONCEPT FOR 2014

- First IKEA implementation in Pays Basque, that will attract visitors from Spain,
- A various commercial offer complementary of the existing one in the region,
- Restaurants integrating an innovative concept of "Food Court", with view on the river Adour,
- The unique Family-Friendly concept supporting our idea of offering shopping with pleasure: we want to propose our customers a real experience, by creating a safe, funny and easy visit,
- A modern, warm and convenient architecture at the top in terms of sustainability.



UNE OFFRE COMPLÈTE POUR LA REGION





UNE ACCESSIBILITÉ EXCEPTIONNELLE

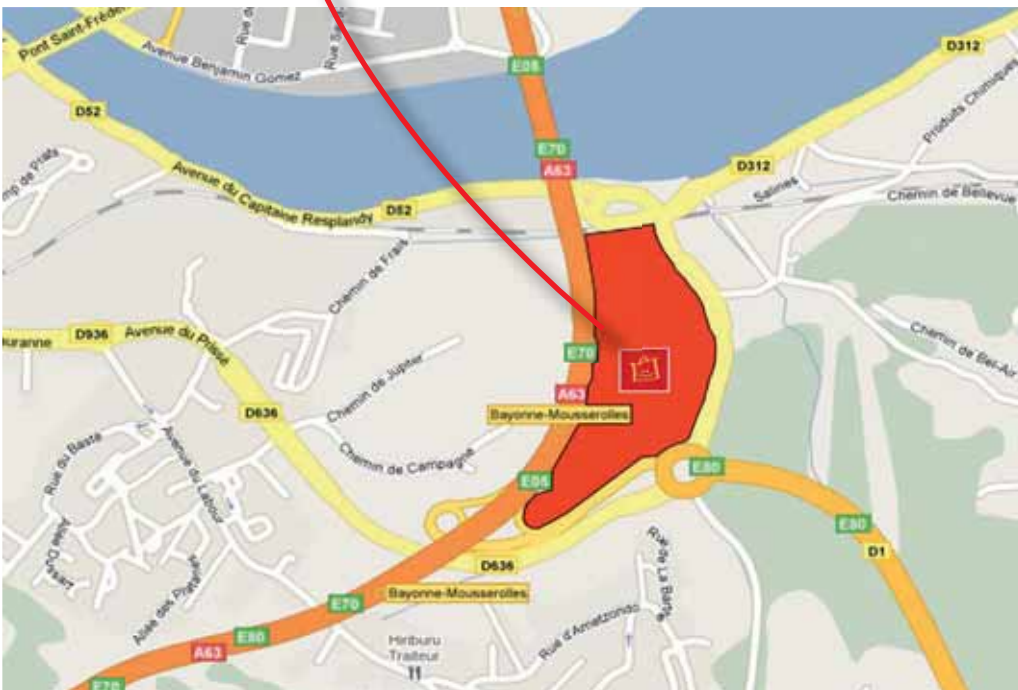
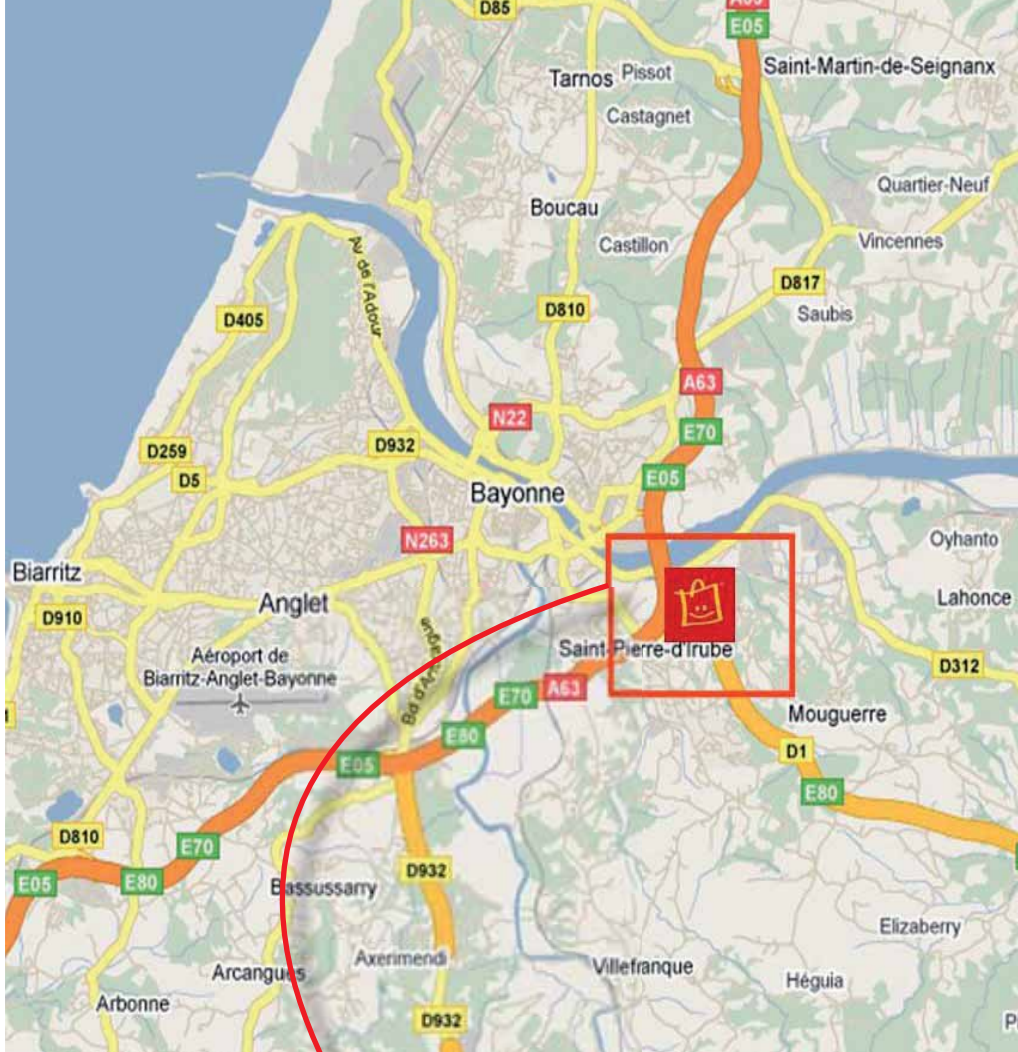
ACHÈVEMENT PRÉVU EN 2014

- A l'intersection des autoroutes A63 (Bayonne - Espagne) et A64 (Bayonne- Toulouse)
- A moins de 30 minutes de l'Espagne
- A 5 minutes en voiture et en transports en commun du centre-ville de Bayonne
- Excellente visibilité et accessibilité



UNE DESTINATION FRANCO-ESPAGNOLE

Par la variété de son offre et l'attractivité de son enseigne phare, le centre commercial bénéficiera d'une **zone de chalandise élargie à 1 heure allant jusqu'en Espagne**, englobant ainsi près de 400.000 ménages supplémentaires.



DUE FOR COMPLETION IN 2014

- At the junction of highways A63 and A64
- 30 minutes by car from Spain
- 5 minutes by car and public transportation from Bayonne centre
- Excellent visibility accessibility

A FRENCH-SPANISH DESTINATION

Thanks to its various offer and the attractivity of IKEA, the new Bayonne shopping centre will have a catchment area enlarged to 1 hour car drive going to Spain, catching then 400.000 households more.



LE PROGRAMME



NIVEAU COMMERCIAL N1

LES POINTS À RETENIR:

- Achèvement prévu: 2014
- 70.000 m² de commerces sur 2 niveaux (dont magasin IKEA)
- L'enseigne Carrefour (5.000 m² de surface de vente)
- 12 moyennes-surfaces
- 80 boutiques
- Un ensemble d'enseignes internationales, nationales et locales
- Des restaurants et le "Food Court"
- 3 000 places de stationnement gratuites
- 8 millions de visiteurs attendus par an

THE FACTS:

- Due for completion: 2014
- 70.000 sqm of retail space on 2 levels (including IKEA store)
- Hypermarket Carrefour of 5.000 sqm of sales surface
- 12 mid-sized units
- 80 shops
- Mix of international, national and local retailers
- Restaurants and the "Food Court"
- 3 000 free parking spaces
- 8 millions visitors per year planned



NIVEAU COMMERCIAL N2



LE MARCHÉ

ENSEMBLE NOUS SOMMES PLUS FORTS

Notre objectif est de créer une identité claire qui intègre toutes les enseignes de notre Centre commercial de Bayonne. Selon nous, le meilleur moyen d'y parvenir est de travailler en étroite collaboration avec l'ensemble de nos locataires. Nous réaliserons donc chaque année une étude afin de mieux connaître les attentes, les besoins et les objectifs de chaque enseigne.

Ces données – associées à notre expérience, à nos idées et à nos autres informations – permettront de mener des campagnes de marketing efficaces et dynamiques, cela afin d'optimiser la notoriété et la fréquentation du centre. Partager le succès est la meilleure réussite - et c'est la seule que nous connaissons.

Informations sur la zone de chalandise:

- Familles disposant d'un revenu supérieur à la moyenne nationale
- 28.000 résidences secondaires dans l'aire urbaine
- Zone primaire : 240 000 habitants
- Forte croissance depuis le dernier recensement : +7.5%



WE SPECIALIZE IN SHARED SUCCESS

Our goal is to create a clear identity that incorporates all the unique selling points of our new shopping centre in Bayonne. We feel the best way to achieve this is by working closely together with our tenants. We will conduct annual research to find out more about our tenants' expectations, needs and goals. This knowledge, complemented by our experience, ideas and other resources, will lead to active and effective marketing campaigns that maximize consumer awareness and frequency. Shared success is the best success – and the only kind we know.

Catchment area information:

- Families with above average income
- 28.000 second-home in the urban area
- Primary catchment area: 240,000 inhabitants
- High demographic growth since last census: + 7.5%



UN PROJET PLÉBISCITÉ

L'unanimité côté français:

- 87% des Français interrogés approuvent la création du centre commercial.
- 81% trouve que cette implantation est source de dynamisme économique.

Une forte attractivité pour les riverains espagnols:

- 61% des riverains espagnols interrogés envisagent de visiter le centre commercial.
- Actuellement, seuls 30% des Espagnols déclarent venir en France faire des achats et cela moins de 3 fois par an.

Sonpage réalisé par IPSOS en février 2011 auprès de 616 riverains français et 300 riverains espagnols.

A POPULAR AREA

The results of a survey made by Ipsos for IKEA in February 2011 shows that **87% of the French people** approve the creation of the shopping centre, **81% of them** find that this creation will be source of economic dynamism. Accross the Spanish boarder, **61% of the Spanish people** (against 30% at that time who come to France for shopping) intend to visit the future shopping centre.

ZONE DE CHALANDISE CATCHMENT AREA

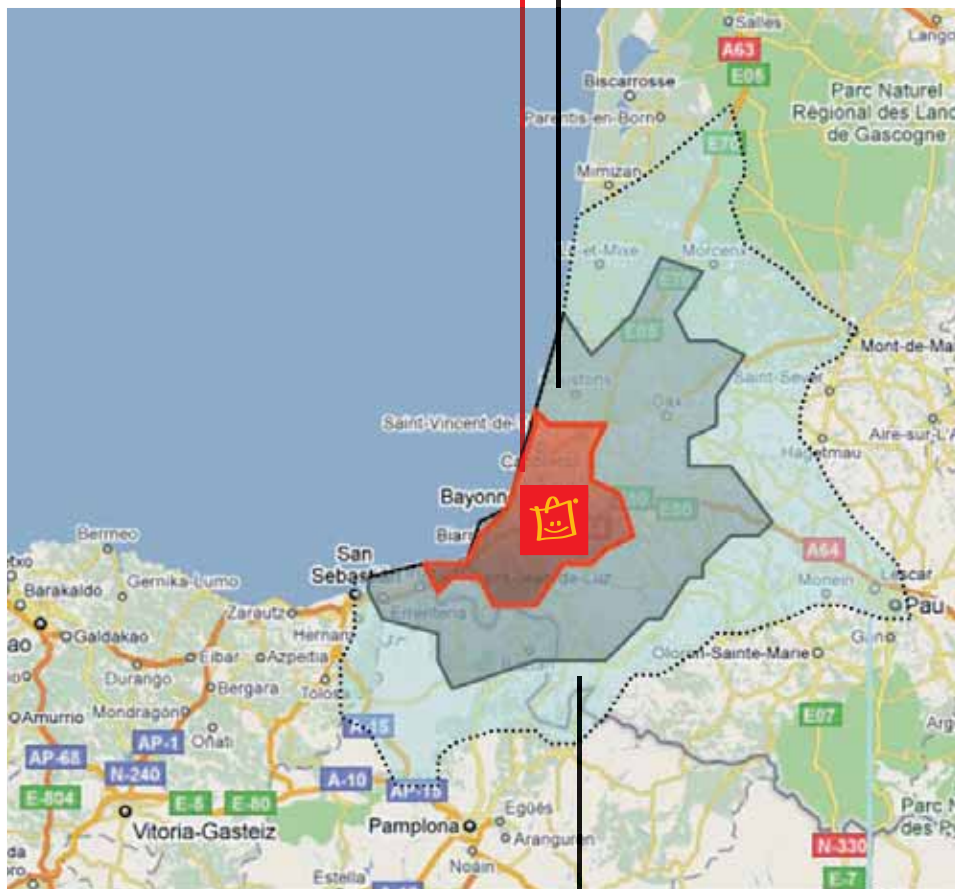
1.260.000 HABITANTS

Zone primaire
< 20 minutes de temps-voiture:
240 000 habitants

Primary catchment area
< 20 minutes away by car:
240,000 inhabitants

Zone secondaire de
20 à 40 minutes de temps-voiture:
350 000 habitants

Secondary catchment area
20-40 minutes away by car:
350,000 inhabitants



Zone élargie de
40 à 60 minutes de temps-voiture:
670 000 habitants

Larger catchment area
40-60 minutes away by car:
670,000 inhabitants



PARTNERSHIP

UN PARTENAIRE PUISSANT, EN PLEINE EXPANSION

Fondé en 2001, Inter IKEA Centre Group A/S (IICG) est détenu par IKEA Group et Inter IKEA Group. Nous développons, détenons et gérons des centres commerciaux en partenariat avec des magasins IKEA. Nous offrons des destinations commercialement attractives, attentives aux besoins de la famille et bien gérées, qui rencontrent la satisfaction du plus grand nombre.

Avec un siège à Copenhague, Danemark, IICG gère plus de 1.000.000 m² de surfaces commerciales dans 7 pays. Cette surface doublera dans les prochaines années grâce aux projets dans tous les pays où nous sommes présents (dans des unités nouvelles et existantes) ainsi que sur nos nouveaux marchés en Serbie, Croatie, France, Italie, Espagne et Chine.

A STRONG PARTNER, DETERMINED TO EXPAND.

Inter IKEA Centre Group A/S (IICG), established in 2001, is owned by IKEA Group and Inter IKEA Group. We develop, own and manage shopping centres in partnership with IKEA stores. We offer commercially attractive, family-friendly and well-managed retail destinations that meet the needs of many people.

With headquarters in Copenhagen, Denmark, IICG manage over 1,000,000 m² of retail space in 7 countries. This area will double over the next few years, as we have developments in all our existing countries (in new and existing units) and in our new markets Serbia, Croatia, France, Italy, Spain and China.



NOS ENGAGEMENTS

IICG, un partenaire puissant

L'attraction d'IKEA est suffisamment forte pour attirer des visiteurs à plus de 60 minutes temps-voiture. Cela signifie un accès à une base de consommateurs substantiellement plus large que ce que vous pourriez trouver dans d'autres centres commerciaux.

IICG, un partenaire sur le long-terme

Nous sommes un propriétaire actif sur le long-terme. Cela signifie que nous sommes responsables de nos centres commerciaux sur le long-terme. Etre un bon acteur local est important pour nous.

IICG Centre Management, un partenaire dédié

Pour créer la destination la meilleure possible, notre propre équipe de gestion du centre travaille étroitement avec les locataires pour attirer toujours plus de visiteurs et offrir une expérience de shopping sécurisée et confortable.

OUR COMMITMENTS

IICG, a powerful partner

IKEA is powerful enough to attract visitors from far and wide. This means access to a customer base considerably larger than you would find in other shopping centres.

IICG, a long-term partner

We are a long-term active owner. This means that we take responsibility for our shopping centres for the long-term. Being a good neighbor is important to us.

IICG Centre Management, a dedicated partner

To create the strongest possible market place our own centre management teams work closely with our tenants to attract more visitors and offer a safe and convenient shopping experience.



and China...

OUR GROUP


- CENTRES EXISTANTS/EXISTING CENTRES
- CENTRES EN COURS DE DÉVELOPPEMENT/CENTRES UNDER DEVELOPMENT
- SIÈGE NATIONAL/COUNTRY HEADQUARTERS
- COPENHAGUE, SIÈGE SOCIAL/COPENHAGEN, HEAD OFFICE



BAYONNE

AMETZONDO

Contact:
Inter IKEA Centre France S.A.S.
 425, rue Henri Barbusse - BP 129
 78375 Plaisir Cedex, France
 Phone: +33 (0)1 30 81 14 50
 Fax: +33 (0)1 30 81 14 49
 E-mail: groupe.iicf@ikea.com
 www: iicg.fr

Inter IKEA Centre Group 



Cette brochure est un document non contractuel et ne constitue pas une offre contractuelle. Toutes les informations figurant sur cette brochure sont exclusivement fournies à titre informatif ; nous déclinons toute responsabilité quant à leur précision et leur caractère exhaustif. Toutes les informations figurant sur cette brochure sont susceptibles d'être modifiées.

This brochure is a non-contractual document and does not constitute a contractual offer. All information contained in this brochure is for informational use only and we assume no liability for completeness or accuracy. All the information contained in this brochure is subject to change.