

Paris, le 29 juin 2017

HAMMERSON LANCE DE NOUVEAUX SERVICES POUR AGRÉMENTER L'EXPÉRIENCE SHOPPING DE SES CLIENTS

Les amoureux de la mode et des bonnes affaires ont enfin pu commencer à assouvir leur désir avec le lancement des soldes d'été ! Pour rendre leurs sessions shopping au sein de ses centres toujours plus agréables et faciles, Hammerson innove et déploie de nouveaux services. Un partenariat avec Uber, de la lecture via des bornes d'histoires courtes, un service de recueil des commentaires en ligne : le shopping de demain dévoile ses contours !

Trop de paquets ? Mal aux pieds ? Pour en finir avec le côté parfois compliqué du retour à la maison après une séance shopping bien remplie, Hammerson inaugure un partenariat avec Uber pour faciliter la prise en charge de ses visiteurs à la sortie de ses centres commerciaux. Finie l'angoisse du rdv manqué avec son chauffeur Uber parce qu'on ne savait pas quelle adresse indiquer ! Les centres Hammerson disposent désormais de leur propre zone de picking référencée pour tous les chauffeurs Uber. Cerise sur le gâteau, tout nouvel utilisateur de la plateforme VTC bénéficiera d'une réduction de 10€ lors de sa première course grâce au code disponible dans le centre.

Service disponible à Italie Deux (Paris 13e), Les 3 Fontaines (Cergy), Espace St Quentin (Saint-Quentin-en-Yvelines), O'Parinor (Aulnay-sous-Bois), Les Terrasses du Port (Marseille), Nicétoile (Nice) et Place des Halles (Strasbourg).



Pour se distraire entre deux essayages ou pour patienter aux caisses, les centres Hammerson proposent un dispositif original et inédit en centre commercial de lecture à la demande. Après avoir fait leurs débuts à Italie Deux – le laboratoire d'innovations d'Hammerson – les distributeurs d'histoires courtes [Short Edition](#) sont depuis peu disponibles dans ses centres Les 3 Fontaines, Les Terrasses du Port, Nicétoile, Place des Halles, et très prochainement Espace St Quentin. Le principe est simple : chaque borne propose aux visiteurs trois formats d'histoires courtes de 1, 3 ou 5 minutes. Une fois la sélection effectuée, l'histoire (fable, intrigue, histoire drôle, etc.) s'imprime. Une initiative originale en partenariat avec une start-up française qui monte et qui contribue à rendre l'expérience shopping dans les

centres toujours plus agréable.

Enfin, pour répondre toujours mieux aux attentes et aux besoins de ses visiteurs, Hammerson s'associe à [Critizr](#), un service de recueil des commentaires clients en ligne. Grâce à Critizr, les clients ont désormais la possibilité de partager en ligne leur avis sur leur expérience shopping en boutique ou dans le centre, de poser des questions à la direction, de faire remonter un problème ou un compliment depuis le site web du centre ou sa page Facebook.

Des services innovants pour réinventer toujours plus l'expérience shopping

Ces nouvelles initiatives viennent s'ajouter à une palette de services innovants déployée dans les centres Hammerson : click & collect, bornes de recharge mobiles, consignes pour casques The Keepers, ou encore le « [Mur des Surprises](#) », déployé à Italie Deux en partenariat avec Think & Go pour favoriser le drive-to-store et permettre aux visiteurs de bénéficier de promotions régulièrement renouvelées dans les enseignes du centre.

L'intégralité de ces initiatives a été testée puis développée dans le cadre du programme d'innovation du Groupe Hammerson baptisé « Product ». Initié en 2015, ce programme unique, mené conjointement par les équipes françaises et britanniques, vise à identifier puis à tester en continu les offres et services permettant de faciliter l'expérience shopping des consommateurs au quotidien.

Dans la continuité de cette démarche, deux partenariats ont été initiés cette année avec l'école d'architecture l'Ecole Bleue et le master « Distribution et relation clients » de l'Université de Dauphine, pour mener une réflexion sur le centre commercial de demain intégrant une problématique clé pour le futur, le shopping mains libres.

Des soldes sous le signe de la plage !

A l'occasion de l'ouverture des soldes, les visiteurs de tous les centres Hammerson sont invités à se présenter en tenue de plage pour tenter de remporter de nombreuses cartes cadeaux ! Attention, seuls les premiers arrivés seront récompensés !

Plus d'infos sur les sites web des centres.

A propos d'Hammerson

Hammerson PLC est un groupe d'investissement, de développement et de gestion immobilière, coté au London Stock Exchange, développant ses activités au Royaume-Uni, en Irlande et en France. Il s'agit d'une des dix premières foncières européennes avec un patrimoine valorisé à près de 12 milliards d'euros au 31 décembre 2016, composé de 23 centres commerciaux, 18 retail parks et d'un investissement dans 19 villages de marques.

Le portefeuille d'Hammerson France est valorisé à 2,532 milliards d'euros au 31 décembre 2016. Présent depuis plus de 30 ans en France, Hammerson France possède et gère 9 centres commerciaux de taille régionale qui attirent près de 100 millions de visiteurs par an : Italie Deux (Paris 13e), Les 3 Fontaines (Cergy), Espace St Quentin (Saint-Quentin-en-Yvelines), O'Parinor (Aulnay-sous-Bois), Le Jeu de Paume (Beauvais), Les Terrasses du Port (Marseille), Nicétoile (Nice), Place des Halles (Strasbourg) et Saint Sébastien (Nancy).

Plus d'infos sur www.hammerson.fr ou Twitter.

HAMMERSON France / Anne-Laure Bellon, albellon@hammerson.fr / 01 56 69 30 30

Elan-Edelman / Astrid Billard, hammerson@elanedelman.com / 01 86 21 50 33