

COMMUNIQUE DE PRESSE

Tremblay-en-France, le 28 mars 2018

Paris Aéroport inaugure "La Place Digitale" et réinvente, avec Lagardère Travel Retail, la beauté à Paris-Charles de Gaulle

Augustin de Romanet, Président-directeur général du Groupe ADP, Dag Rasmussen, Président-directeur général de Lagardère Travel Retail et Jean-Charles Decaux, Directeur général de JCDecaux ont conjointement inauguré le nouveau concept présent dans le hall K du terminal 2E. Les passagers vont ainsi pouvoir découvrir " le tout nouveau concept Beauté New Age, déployé par Lagardère Travel Retail et Paris Aéroport, ainsi que "La Place Digitale", un dispositif inédit 100% numérique conçu par JCDecaux Airport Paris.

Réinventer la beauté au cœur de l'Ultime Expérience de Shopping Parisien

Telle est l'ambition de départ de ce tout nouveau projet. Prochainement déployé dans l'ensemble des terminaux des aéroports parisiens, le nouveau concept Beauté des boutiques BuY PARIS DUTY FREE casse les codes et le design traditionnellement rencontrés dans les aéroports. Bien au-delà d'un nouveau concept, c'est une nouvelle expérience Beauté qui s'offre aux passagers. Une expérience incomparable axée sur trois piliers : l'expertise, l'animation et le service.

"Nous nous devons d'offrir le meilleur à nos passagers. La meilleure expérience possible de shopping, le meilleur accueil, les meilleurs produits pour qu'au final, ils gardent de leur passage dans nos terminaux, le meilleur des souvenirs. Le commerce aéroportuaire est un élément essentiel dans la stratégie du Groupe ADP. Le chiffre d'affaires des activités commerciales (loyers perçus sur les boutiques côté pistes et côté ville, les bars et restaurants, les activités banques et change et les loueurs de voitures ainsi que le chiffre d'affaires lié à la publicité) est ainsi en hausse de 2,2 % en 2017, à 459 millions d'euros", souligne Laure Baume, Directrice générale adjointe, Directrice Clients du Groupe ADP.



Ce nouvel espace de plus de 600 m², opéré par "Société de Distribution Aéroportuaire", société commune créée par le Groupe ADP et Lagardère Travel Retail, propose aux clients un parcours simplifié, fluide et multi-expérientiel. Ce lieu d'exception offre aux marques une mise en avant inégalée de leur savoir-faire et de leur expertise, tout en faisant la part belle aux animations et aux interactions avec les clients.

Pour dynamiser le point de vente et répondre aux attentes des passagers internationaux, l'enseigne BuY PARIS DUTY FREE s'agrément de tous nouveaux services experts, comme la présence d'un barbier ou le regroupement de l'offre maquillage à travers une "make-up station".

« Le nouveau concept Beauté du hall K du Terminal 2E répond à une philosophie où le client est au cœur de toutes les attentions. Le Service est la clé de voûte de ce concept. Cet espace beauté permettra aux passagers de vivre une expérience ultime, notamment grâce à des animations digitales exclusives et des offres et services personnalisés », déclare **Dag Rasmussen, Président-directeur général de Lagardère Travel Retail.**

Le New Age Beauté est le summum du « Phygital » en milieu aéroportuaire, combinant tous les avantages du commerce physique (accueil personnalisé, conseils et expertise) et les atouts du digital, pour sublimer les produits et les compétences des forces de vente.

De nouvelles marques font également leur entrée pour compléter l'expérience client :

- Sulwhasoo, marque leader pour la clientèle coréenne,
- La Roche Posay et Avène, plébiscitées par les Asiatiques,
- Vichy, Furterer et Moroccanoil pour les soins capillaires,
- Acqua Di Parma, Atelier Cologne, Margiela, Dyptique et Le Gemme Bvlgari pour l'offre Parfums,
- House 99, marque lancée par David Beckham et L'Oréal
- et enfin Urban Decay et Bobby Brown pour le segment Maquillage.

Un écran digital

En amont de l'espace New Age Beauté, JCDecaux Airport Paris innove également avec le plus grand dispositif digital d'Europe en zone duty free : un écran 100% numérique de 80m². Parfaitement intégré à l'architecture de la prestigieuse zone boutique du Terminal 2E Hall K, La Place Digitale est composée de deux écrans LED de dernière génération. Cette plateforme constitue un puissant levier de drive-to-store au cœur du nouveau concept shopping parisien.



Dominant le terminal international de référence de Paris Aéroport, ce dispositif à forte émergence assure une visibilité maximale auprès d'une audience stratégique de Global Shoppers disposant d'un temps d'attente de 2h25. Point névralgique de l'aéroport Paris-CDG, le terminal 2E accueille à lui seul 22 millions de passagers chaque année, dont 60% de passagers internationaux et de 33% business travellers.



« La Place Digitale nous permet de franchir une nouvelle étape dans notre stratégie digitale au sein de Paris Aéroport. Le format exceptionnel de ce dispositif redéfinit la communication dans l'aéroport et permet aux annonceurs de diffuser des campagnes publicitaires aussi spectaculaires que mémorables et aux passagers de vivre une expérience visuelle et esthétique inédite. Avec La Place Digitale, JCDecaux Airport Paris poursuit sa mission : faire de Paris Aéroport l'une des plateformes aéroportuaires les plus digitales et performantes au monde », a précisé **Jean-Charles Decaux, Directeur général de JCDecaux**

Contact Presse : Lola Bourget, responsable pôle Médias et Réputation + 33 1 74 25 23 23

Relations Investisseurs : Audrey Arnoux, responsable relations investisseurs +33 1 74 25 70 64 - invest@adp.fr

Le Groupe ADP aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. En 2017, le groupe a accueilli sous sa marque Paris Aéroport, plus de 101 millions de passagers sur Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly, 2,3 millions de tonnes de fret et de courrier et près de 127 millions de passagers au travers d'aéroports gérés à l'étranger par sa filiale ADP International. Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil et d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier. En 2017, le chiffre d'affaires du groupe s'est élevé à 3 617 millions d'euros et le résultat net à 571 millions d'euros.

Aéroports de Paris SA au capital de 296 881 806 euros. Siège social : 1 rue de France, Tremblay-en-France 93290. RCS Bobigny 552 016 628.

www.groupeadp.fr

A propos de Lagardère Travel Retail

Lagardère Travel Retail, une des quatre branches du Groupe Lagardère, est un leader global du travel retail Lagardère Travel Retail exploite 4 431 points de vente, en Travel Essentials, Duty Free et Restauration, dans les aéroports, gares et autres concessions, dans 34 pays. Lagardère Travel Retail génère un chiffre d'affaires de 4,5 milliards d'euros (managed sales 100%).

Contact presse : Emeline Tomada – e.tomada@lagardere-fr.com - + 33 1 42 99 07 02

A propos de JCDecaux Airport Paris

JCDecaux Airport Paris est la marque créée par Média Aéroports de Paris, l'entreprise commune détenue à 50/50 par JCDecaux et Groupe ADP. JCDecaux Airport Paris commercialise l'ensemble des formes d'expression publicitaire dans les aéroports parisiens. Son ambition est de proposer aux annonceurs une offre publicitaire exceptionnelle, pertinente et innovante dans un lieu de rencontre, d'émotions et de découvertes : l'aéroport.

www.jcdecoux.fr

Contact presse : Estelle Ardouin
estelle.ardouin@jcdecoux.com
01.30.79.49.08

