



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CARMILA PRESENTE MARQUETTE, LE CONCEPT STORE DES MARQUES FRANÇAISES DIGITAL NATIVES

Boulogne Billancourt, le 8 octobre 2020

Carmila s'associe au cabinet Digital Native Group pour ouvrir son premier concept store exclusivement dédié aux Digital Native Vertical Brand (DNVB), ces nouvelles marques nées sur le web.

C'est au centre commercial Labège 2 (Toulouse) que s'installe MARQUETTE, pour proposer en un lieu unique les marques françaises les plus en vogue, à l'instar d'un showroom hyper tendance.



My Jolie Candle, Faguo, Cabaïa, Nooz, Les Miraculeux, Merci Handy, Le Chocolat des Français... depuis un peu plus de 5 ans, de nouvelles marques font leur apparition sur la toile : les DNVB. Le centre commercial Labège 2 en partenariat avec le cabinet expert des DNVB, Digital Native Group propose à ces marques; pour la plupart uniquement disponibles en ligne, de franchir le pas et d'ouvrir une boutique physique collaborative : MARQUETTE. Ces marques plébiscitées par les influenceurs et les bloggeurs renforcent ainsi leur visibilité en allant à la rencontre des toulousains.

Retrouvez-nous sur www.carmila.com





COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Profitant d'une surface de près de 300 m², Marquette propose, dans une architecture reprenant les codes du marché de produits frais et de l'entrepôt, une sélection des marques françaises les plus suivies et appréciées du moment comptabilisant à elles seules près d'1 million de followers sur Instagram. Chaque marque proposera une sélection de ses « best of » les plus appréciés des clients du web.

« Avec Marquette, nous créons une passerelle entre commerce physique et digital. Nous sommes heureux de faire connaître ces marques en fort développement auprès des clients de Labège 2, grâce à ce pop-up store qui mise sur un positionnement très tendance » déclare **Christina Kerouedan, Directrice des Boutiques Ephémères chez Carmila.**

Beauté, prêt-à-porter, accessoires, confiserie, bien-être... Les clients du centre pourront y trouver une large sélection de produits pour petits et grands, mais aussi participer à des animations ou se relaxer dans l'espace détente de la boutique.

« Le retail a encore de beaux jours devant lui ! Avec les coûts d'acquisition qui ne cessent d'augmenter sur le digital, les DNVB sont de plus en plus nombreuses à diversifier leurs canaux de distribution et à se lancer en physique. Le retail collaboratif permet à ces jeunes marques de mutualiser les coûts et de réduire l'investissement d'amorçage tout en offrant une expérience client différenciante. De plus, elles peuvent s'appuyer sur leur importante communauté engagée sur les réseaux sociaux pour créer rapidement du trafic drive-to-store qualifié.» observe **Vincent Redrado, CEO Digital Native Group.**

CONTACT PRESSE

Morgan Lavielle - Directeur Communication
morgan.lavielle@carmila.com
+33 6 87 77 48 80

Cedric Damour – Agence Oxygen RP
cedric.d@oxygen-rp.com / angelique@oxygen-rp.com
+33 1 41 11 23 99

À PROPOS DE CARMILA

Carmila a été créée par Carrefour et de grands investisseurs institutionnels en vue de transformer et valoriser les centres commerciaux attenants aux magasins Carrefour en France, Espagne et Italie. Au 30 juin 2020, son portefeuille était constitué de 215 centres commerciaux en France, Espagne et Italie, leaders sur leur zone de chalandise, et valorisés à 6,2 milliards d'euros. Animées par une véritable culture commerçante, les équipes de Carmila intègrent l'ensemble des expertises dédiées à l'attractivité commerciale : commercialisation, marketing digital, specialty leasing, direction de centre et asset management. Carmila est cotée au compartiment A sur Euronext-Paris sous le symbole CARM. Elle bénéficie du régime des sociétés d'investissements immobiliers cotées (« SIIC »). Le 18 septembre 2017, Carmila intégrait les indices FTSE EPRA/NAREIT Global Real Estate (EMEA Region). Le 24 septembre 2018, Carmila intégrait les indices Euronext CAC Small, CAC Mid & Small et CAC All-tradable.