



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 8 novembre 2022

## **Carmila dévoile les 7 finalistes du Prix DNVB Ready #2, le concours dédié aux marques issues du digital pour bénéficier d'un accompagnement vers le commerce omnicanal**

*82%\* des clients de centres commerciaux préfèrent réaliser leurs achats plaisir en magasin plutôt qu'en ligne : c'est ce que révèle l'étude réalisée par Carmila, 3<sup>ème</sup> société de centres commerciaux cotée en Europe continentale.*

*Après le succès de la première édition du Prix DNVB Ready, Carmila a de nouveau choisi d'offrir aux marques issues du web la possibilité de renforcer leur présence physique au sein de ses centres commerciaux. Parmi 144 candidatures reçues, 7 finalistes sont en lice pour présenter leur projet devant un jury d'experts. Les vainqueurs se verront remettre leur prix le 15 novembre prochain.*

### **Le Prix DNVB Ready, un concours unique dédié aux entreprises innovantes et talentueuses**

Forte de son expertise retail, Carmila poursuit sa volonté d'accompagner des marques « digital natives » vers le commerce omnicanal avec un objectif clair : conquérir de nouveaux clients avec cette seconde édition du Prix DNVB Ready.

Entre le 1<sup>er</sup> septembre et le 7 octobre, 144 marques ont déposé leur candidature afin d'exposer leur projet. 7 finalistes ont été sélectionnés pour leur motivation, leur stratégie de développement et leur capacité à innover. Ils présenteront leur marque et leurs ambitions le 15 novembre prochain devant un jury d'experts composé de Marie Cheval, Présidente-Directrice Générale de Carmila ; Vincent Redrado, CEO du groupe de conseil Digital Native Group ; Lyly Wu, co-fondatrice de la DNVB Flotte et lauréate de la 1<sup>ère</sup> édition du Prix DNVB Ready ; Sophie Darrière, co-fondatrice de Label Experience ; Clotilde Chenevoy, rédactrice en chef du média Republik Retail et Guillaume Alcan, co-fondateur de M. Moustache,



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Des récompenses à la hauteur des propositions des 7 finalistes**

Le grand vainqueur remportera un accompagnement à l'implantation de sa boutique ou d'un kiosque dans un centre Carmila avec l'appui d'une équipe de professionnels (d'une valeur de 100 000 euros).

Le deuxième gagnant bénéficiera d'un espace de distribution dans le concept store Marquette pendant 6 mois (valeur : 30 000 euros).

Le troisième gagnant bénéficiera d'un accompagnement à l'implantation de sa boutique ou d'un kiosque dans un centre commercial Carmila avec l'appui d'une équipe de professionnels (valeur : 20 000 euros).

La remise des prix aura lieu le 15 novembre 2022 en présence du jury.

### **Les 7 DNVB finalistes à découvrir :**

**hindbag**<sup>®</sup>  
impact stories

Hindbag est une marque éthique et responsable de sacs et d'accessoires en coton 100% bio, labellisé GOTS. Elle propose une mode intemporelle et tendance, issue d'une production 'slow' et solidaire, pensée pour être portée et re-portée longtemps. Ses produits sont fabriqués par leur ONG indienne partenaire qui œuvre à l'émancipation des femmes d'un quartier défavorisé de Delhi.

*Merci*  
**Handy**

Créée en 2014, Merci Handy est une marque de cosmétiques du quotidien pratiques et colorés qui utilise des ingrédients clean. Les produits sont vegans et les formules sont élaborées à partir d'ingrédients non controversés et d'origine naturelle. La marque a imaginé tout un monde parallèle coloré pour faire irruption dans notre quotidien et apporter de la couleur là où on n'en attend pas et rendre l'ordinaire extraordinaire.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## nat & nin

Nathalie et Ninny créent *nat & nin* à Paris en 2005. Filles de maîtres maroquiniers, elles en héritent le savoir-faire de la maroquinerie française et proposent une gamme d'accessoires qui conviennent à toutes les femmes et aux différents moments de leur quotidien. Les produits sont reconnus pour la qualité de leur cuir et appréciés pour leurs astuces pratiques.



Sport à l'Affiche est LA marque déco pour les amateurs de sport.

Elle réalise des affiches sportives design afin que tous les supporters et sportifs puissent enfin afficher leur passion ou exploit avec fierté chez eux.

Du design à l'impression, Sport à l'Affiche attache une importance particulière à la qualité de ses affiches pensées, créées et imprimées en France.

## WAEKURA

Waekura souhaite moderniser le monde de la bijouterie en proposant une expérience premium à prix accessibles. Forte d'une grande proximité avec ses clientes et grâce à une parfaite maîtrise de sa chaîne de production, la marque propose des produits d'une grande qualité. Ses bijoux sont résistants à l'eau, anti-allergiques, tendance et surtout très abordables.



Binocle révolutionne le marché de la lunette de soleil en apportant un produit de qualité au prix juste. Leur concept de lunettes personnalisables avec verres polarisés et monture garantie à vie pour 29€ est la porte d'entrée pour que chacun puisse devenir un vrai Binoclard et en être fier, comme les 100 000 Binoclards qui ont déjà rejoint le club !



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

*We* **ARE** *jolies*

De la jolie lingerie BIO à un prix raisonnable ! We are Jolies est une histoire de conviction, d'ambition et de sororité qui a commencé en 2018. La marque propose des pièces bien faites, à chaque étape de leur production, pour sublimer toutes les femmes. Et faire bouger les choses, une culotte après l'autre ...

\* Enquête réalisée en ligne par Carmila sur les bases clients des centres Carmila en juin 2022 auprès de 4 255 personnes.

#### CONTACTS PRESSE

##### AGENCE GEN-G

Gabrielle Carayon / [Gabrielle.carayon@gen-g.com](mailto:Gabrielle.carayon@gen-g.com) / 06.49.75.45.93

Solenne Binard / [Solenne.binard@gen-g.com](mailto:Solenne.binard@gen-g.com) / 06.49.75.44.04

#### À PROPOS DE CARMILA

Troisième société cotée de centres commerciaux en Europe Continentale, 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 31 décembre 2021, son portefeuille était constitué de 214 centres commerciaux, leaders sur leur zone de chalandise, et valorisés à 6,21 milliards d'euros. Plaçant la proximité au cœur de toutes ses actions, Carmila a pour ambition de simplifier la vie et d'améliorer le quotidien des commerçants et des clients au cœur de tous les territoires. Animées par une véritable culture commerçante, ses équipes intègrent l'ensemble des expertises dédiées à l'attractivité de ses actifs : opérations, direction de centre, commercialisation, marketing digital local, new business et RSE.

Carmila est cotée au compartiment A sur Euronext-Paris sous le symbole CARM. Elle bénéficie du régime des sociétés d'investissements immobiliers cotées (« SIIC »).

Carmila est membre du SBF 120 depuis le 20 juin 2022.