



LES MAGASINS  
ET RESTAURANTS  
EN GARE  
INVENTENT  
**UN NOUVEAU  
SECTEUR  
MARCHAND**



## LE TRAVEL RETAIL, UN MARCHÉ D'AVENIR

Avec une croissance annuelle moyenne de 8%, le travel retail atteindra, en 2020, un chiffre d'affaires de 8 milliards d'euros.

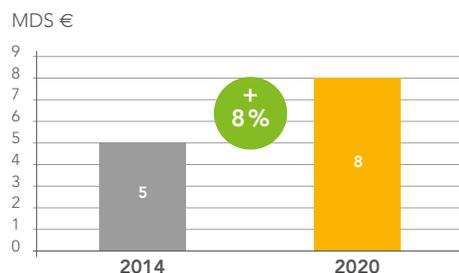
En 2015, ce chiffre d'affaires se répartit de la manière suivante : aéroports (50%), gares (30%), autoroutes (17%), métros (3%).

Les gares y tiennent une place de choix... et croissante !

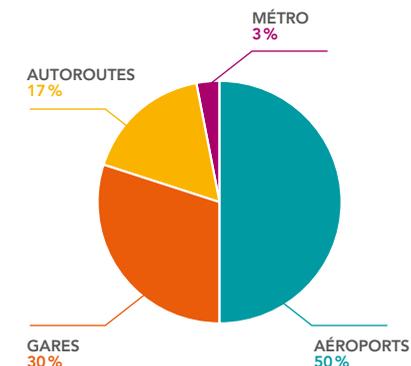
Elles s'approchent des aéroports et représenteront le double du secteur des autoroutes.

Ceci résulte de la forte volonté de SNCF Gares & Connexions de développer l'activité commerciale, pour laquelle les enseignes montrent le plus fort niveau d'intérêt : les gares ont une situation idéale en centre-ville et constituent un patrimoine exceptionnel (source : rapport Les Echos Etudes, fév. 2016).

### ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU TRAVEL RETAIL



### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU TRAVEL RETAIL



(Source : rapport Les Echos Etudes, fév. 2016)

### VOLONTÉ DES DONNEURS D'ORDRE ET INTÉRÊT DES ENSEIGNES PAR ZONE

(source : rapport Les Echos Etudes, fév. 2016)

	Volonté des donneurs d'ordre de développer le commerce	Intérêt des enseignes
<b>Gares SNCF</b>	<b>+++</b>	<b>+++</b>
Stations métro et RER	++	++
Stations d'autoroute	++	+ / +++
Aéroports	+++	++



## UN FLUX DE 10 MILLIONS DE VISITEURS ET VOYAGEURS PAR JOUR

Les gares, quelle que soit leur taille, constituent un lieu de surintensité dans les villes. Les flux en gare représentent 10 millions de visiteurs et voyageurs par jour dans les 3000 gares de France, soit :

- L'équivalent de la population du Grand Paris,
- 3 fois la population de Berlin.

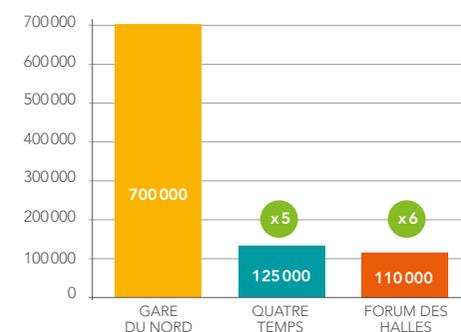
À horizon 2020, ce sont 13 millions de visiteurs qui sont attendus en gare.

Les flux en gare sont représentatifs de la société dans son ensemble. En 2014, 7 français sur 10 se sont rendus dans une gare SNCF, 2 visiteurs sur 3 y ont réalisé un achat (source : rapport Les Echos Etudes, fév. 2016).

En prenant un exemple précis, les chiffres sont d'autant plus éloquentes :

- La Gare du Nord est la première gare d'Europe en flux avec 700 000 visiteurs par jour.
- Le Forum des Halles, positionné sur un nœud de communication central, reçoit 110 000 visiteurs par jour.
- Le centre commercial des Quatre Temps à la Défense, le plus visité de France, reçoit 125 000 visiteurs par jour.

### FLUX DE VISITEURS PAR JOUR



## MAGASINS ET RESTAURANTS EN GARE FORMENT UN « VILLAGE URBAIN »

Sur les 3000 gares de France, 400 possèdent au moins un commerce et 300 une offre de restauration. En 2016, les magasins et restaurants en gare représentent 180 000 m<sup>2</sup>, 1 500 points de vente et 1,5 milliard de chiffre d'affaires.

Cette dynamique des commerces en gares s'explique par un mouvement de fond: le retour vers le commerce de proximité. Dans une logique de temps utile, le développement des commerces s'effectue au plus près des flux.

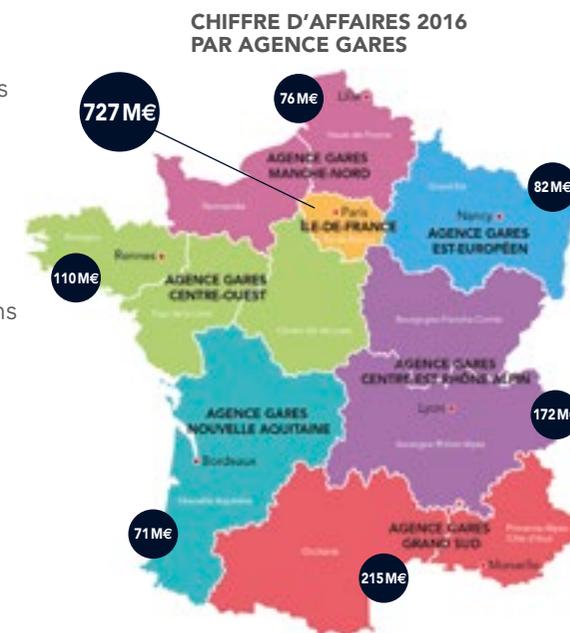
Les acteurs de l'immobilier commercial ne s'y trompent pas et développent désormais des espaces commerciaux d'envergure à proximité immédiate des gares :

- En Suède, centre commercial Emporia (Klépierre) implanté à 50 m de la gare de Malmö (380 M€ d'investissements pour un flux de 9 millions de visiteurs / an),
- En Pologne, centre commercial Zlote Tarasy (ING), implanté à la sortie de la gare de Varsovie.



## UNE PRÉSENCE SUR TOUT LE TERRITOIRE

Les gares ou zones géographiques générant le plus de chiffre d'affaires en gare sont les grandes gares parisiennes qui concentrent l'activité et la mobilité de l'Île-de-France (43%). Mais le développement des commerces en régions est élevé avec une croissance moyenne de 3% par an.





## DES CLIENTS QUI CONSOMMENT EN GARE

Le taux de captation (*i.e. visiteurs entrant dans un commerce*) dans les 30 premières gares est de 33%, ce qui constitue une belle performance pour un lieu initialement non destiné au commerce.

Contrairement aux centres commerciaux qui constituent des destinations en tant que telles (et ont donc mécaniquement un taux de captation de 100%), l'enjeu est d'augmenter le taux de captation en gare par l'attractivité de l'offre commerciale, en plus de la qualité du service.

Le taux de transformation (*i.e. pourcentage de visiteurs des commerces effectuant un acte d'achat*) en gare se rapproche déjà de celui des centres commerciaux en 2015:

- de 60% à 75% selon les gares,
- 77% en moyenne pour les centres commerciaux.

**Les gares sont aujourd'hui bien plus qu'un actif ferroviaire. L'intensité des flux et le développement des magasins et des restaurants en gare en font de véritables «villages urbains».**

# CHIFFRES CLÉS



**400 GARES** COMPRENANT AU MOINS UN COMMERCE

- 1 500 POINTS DE VENTE
- 180 000 M<sup>2</sup> DE SURFACES COMMERCIALES

**1,5 MILLIARD D'EUROS** DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2016 POUR LES COMMERCES EN GARE

TAUX DE CAPTATION DE **33%** ET TAUX DE TRANSFORMATION DE **60 À 75%**



UN MARCHÉ DU TRAVEL RETAIL DE 5 MILLIARDS D'EUROS EN 2014, DONT **30% GÉNÉRÉS EN GARE**

**10 MILLIONS DE VISITEURS** ET VOYAGEURS PAR JOUR DANS LES **3 000 GARES** DE FRANCE (DONT 230 GARES TGV ET 383 GARES TRANSILIEN)



# DES COMMERCES AU SERVICE PUBLIC: UN MODÈLE ÉCONOMIQUE CIRCULAIRE DE RÉINVESTISSEMENT

LE DÉVELOPPEMENT  
DES COMMERCES  
EN GARE RÉPOND  
À UNE DOUBLE  
PRÉOCCUPATION  
DE SERVICE PUBLIC.

## CONTRIBUER À LA SATISFACTION DES CLIENTS

En premier lieu, le développement des magasins et restaurants en gare est une attente régulièrement exprimée par les visiteurs et voyageurs, qui affirment que « cela rend la vie plus facile » (87 % des personnes interrogées) et que « cela évite de courir avant la fermeture des magasins en ville » (86 % des personnes interrogées).  
*Source SNCF Retail & Connexions*

## FINANCER L'EXPLOITATION, LE MAINTIEN DU PATRIMOINE ET LA MODERNISATION DES GARES

Par ailleurs, le développement des commerces en gare offre à SNCF Gares & Connexions une source de revenus externes au système ferroviaire de 190,6 M€ en 2016, soit 15% du chiffre d'affaires de la branche. La moitié de ces revenus finance le service public (information, propreté, sûreté, confort...) et l'autre moitié finance le maintien, la modernisation et le développement des gares.



# UN PLAN GARES POUR AUGMENTER LES SURFACES COMMERCIALES



## NOTRE AMBITION À L'HORIZON 2023

Alors que les gares représentent une surface de 2 millions de m<sup>2</sup>, seuls 180 000 m<sup>2</sup> sont dédiés aux commerces en 2016, soit 9% du total.

Le plan gares engagé prévoit une augmentation de 2/3 de ces surfaces, pour atteindre 300 000 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales, un chiffre d'affaires des commerces en gare de 2,2 Mds € et un doublement des redevances commerciales de SNCF Gares & Connexions à l'horizon 2023.

## UNE APPROCHE PARTENARIALE DES PROJETS À FORTS ENJEUX

Dans les grandes gares parisiennes et régionales, SNCF Retail & Connexions peut faire le choix de confier le développement et l'exploitation de certains secteurs à des sociétés foncières (Klépierre, Altarea,...) ou des ensembliers (Areas, Autogrill, SSP,...). Pour maîtriser le développement d'activités stratégiques, comme le tabac-presse, SNCF Retail & Connexions sait aussi créer des sociétés communes dans lesquelles SNCF est partie prenante.

Pour les projets de rénovation et de modernisation des gares, SNCF Gares & Connexions s'appuie sur des partenaires investisseurs, et développe de plus en plus ses investissements sur fonds propres.



## 2010-2015, UN DOUBLEMENT DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Ces dernières années, les chantiers de rénovation et d'agrandissement des gares se sont multipliés. La gare de Paris-Saint-Lazare, avec ses 10 000 m<sup>2</sup> dédiés aux commerces, est emblématique de cette dynamique.

Les investissements dans les projets de développement des gares sont en constante augmentation.

### INVESTISSEMENTS DANS LES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT



## 2015 À 2020

Sur la période 2015 à 2020, SNCF Gares & Connexions va investir plus de 2,2 milliards d'euros dans la modernisation des gares de Bordeaux, Lyon Part-Dieu, Rennes, Nantes, Paris-Montparnasse. Les gares de Paris-Austerlitz et Marseille font également partie des projets phares de la période. Les gares de Paris-Nord et de Paris-Lyon sont aussi en projet.

En Île-de-France, les principaux chantiers prévus sont Versailles-Chantiers, Juvisy-sur-Orge, Cergy-Préfecture et Saint-Denis-Pleyel (nouvelle gare). 68 nouvelles gares vont par ailleurs être construites sur le réseau Grand Paris Express, avec des zones commerciales et de services allant de 100 à 1 000 m<sup>2</sup>.

Un benchmark avec d'autres pays européens démontre que si l'investissement embrasse tout le quartier de la gare, la croissance du commerce franchit un palier de 4,5% à 6,5% par an. Le cas du Royaume-Uni illustre bien ce propos :

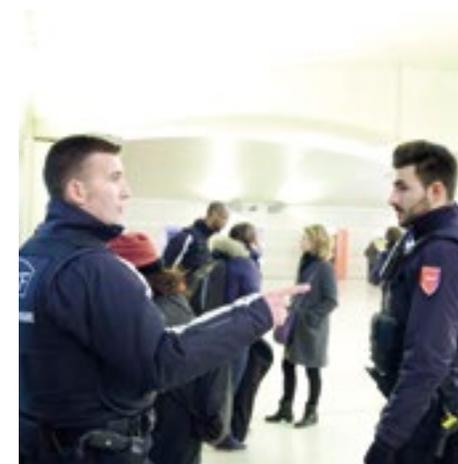
- + 1,1 Mrd € d'investissements à Londres St Pancras (pour un flux de 26 M pers. / an, l'équivalent de Lille-Flandres).
- + 1 Mrd € d'investissements à Birmingham New Street (pour un flux de 31 M pers. / an, l'équivalent de Juvisy).
- + 628 M € pour la halle commerciale de King's Cross (pour un flux de 22,7 M pers. / an en 2007, l'équivalent de Strasbourg).

## UNE EXPLOITATION IRRÉPROCHABLE

En parallèle des efforts réalisés sur les investissements, une priorité est donnée à la qualité de l'exploitation des gares à la fois pour remplir nos missions de service public et pour en faire des lieux propices à la consommation, conformément aux attentes des clients.

Un déploiement important de moyens a été engagé en 2016 sur la propreté et la sûreté en gare, avec un objectif de gagner 0,5 points de satisfaction client (passage de 7,6 à 8,1 / 10).

Des innovations techniques au service de la qualité de l'exploitation sont en cours de déploiement : robot de nettoyage, téléopération des équipements en gare assurant une maintenance réactive, caméras de vidéo-surveillance intelligentes...



LES GARES,  
UN SECTEUR  
MARCHAND  
**PAS COMME  
LES AUTRES**

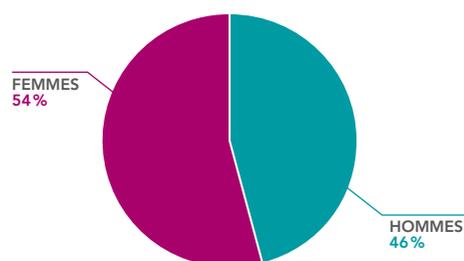


## DES PROFILS DE CONSOMMATEURS TRÈS DIVERS

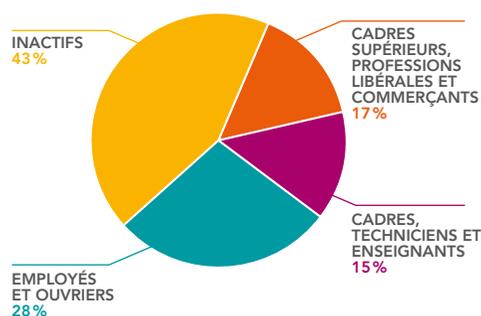
Dans les gares, les voyageurs du quotidien côtoient les personnes en voyage privés/loisirs, les touristes, les accompagnants mais aussi les riverains.

Quelques statistiques sur le profil des voyageurs et visiteurs en gare :

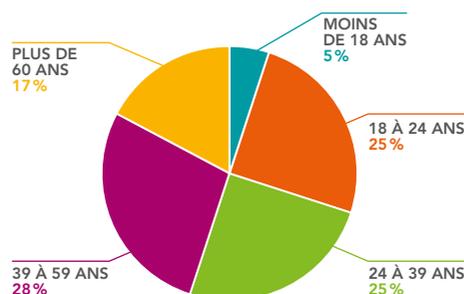
RÉPARTITION HOMMES/ FEMMES DES VISITEURS ET VOYAGEURS EN GARE



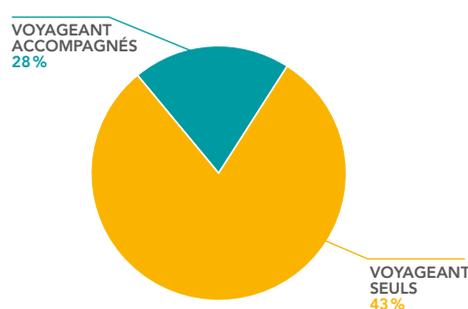
RÉPARTITION PAR CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DES VISITEURS ET VOYAGEURS EN GARE



RÉPARTITION PAR CLASSE D'ÂGE DES VISITEURS ET VOYAGEURS EN GARE



RÉPARTITION DES VOYAGEURS SELON LEURS MODALITÉS DE VOYAGE



Source : baromètre satisfaction clients septembre 2015  
SNCF Gares & Connexions – 37 000 questionnaires

Les gares des voyageurs du quotidien réunissent plus de jeunes, de femmes, d'étudiants, d'employés et d'ouvriers, tandis que les voyageurs TGV sont en moyenne âgés de plus de 40 ans, principalement des hommes CSP+, avec des déplacements professionnels occasionnels.

### Leurs besoins sont aussi différents :

Trois grands comportements sont identifiés, qui correspondent à trois grands types d'attentes et à trois grands types de services à offrir :

- **Zéro temps.** Le visiteur ne fait que passer. Il attend une gare hyper fluide, entre deux tranches de vie. Notre responsabilité est de gommer toutes les aspérités pour rendre facile l'accès au train ou la sortie du train. Le visiteur n'a pas de temps, nous devons lui permettre le zéro stress.

- **100% temps utile.** Le visiteur attend du temps passé en gare qu'il puisse lui faire gagner du temps dans sa vie quotidienne. Nous devons alors proposer une gare-à-tout-faire. Cela vaut pour une très grande gare comme pour un nombre croissant de petites et moyennes gares, en centre-ville comme en périphérie.

- **100% temps agréable.** Il y a des moments où le temps en gare est un temps à soi. Un temps rare dans une vie bien remplie. Le visiteur attend une gare-détente. C'est, par exemple, ce qui explique le formidable succès des pianos en gare. C'est aussi une partie des attentes autour de la restauration, comme Le Lazare.

## L'OUVERTURE DES COMMERCES EN GARE LE DIMANCHE

Le 11 février 2016 le décret permettant l'ouverture des commerces en gare le dimanche dans 12 grandes gares a été publié au Journal officiel : Paris Saint-Lazare, Paris-Nord, Paris-Est, Paris-Montparnasse, Paris-Lyon, Paris-Austerlitz,

Lyon Part-Dieu, Marseille Saint-Charles, Bordeaux Saint-Jean, Montpellier Saint-Roch, Avignon TGV et Nice Ville.

Dans ces 12 grandes gares, ce sont 368 000 touristes soit environ 40% des voyageurs qui transitent le dimanche.

**Avec l'ouverture des commerces en gare le dimanche, ce sont plus de 1 000 emplois qui vont être créés dans les commerces.**

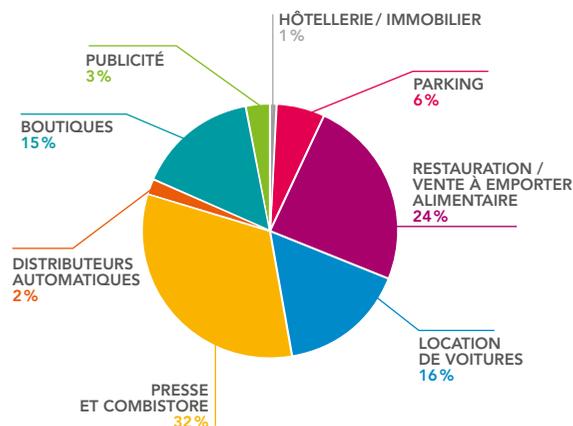
**En mars 2016, 65% des commerces sont ouverts le dimanche à Paris-Saint-Lazare.**

UNE OFFRE  
POUR CHACUN  
DES 10 MILLIONS  
DE VISITEURS  
QUOTIDIENS



## UNE GAMME VARIÉE DE SERVICES ET DE COMMERCES

Les secteurs d'activité générant le plus de chiffre d'affaires en gare sont : la presse (32%), la restauration/ vente à emporter/ alimentaire (24%), la location de voitures (16%) et les boutiques (15%).



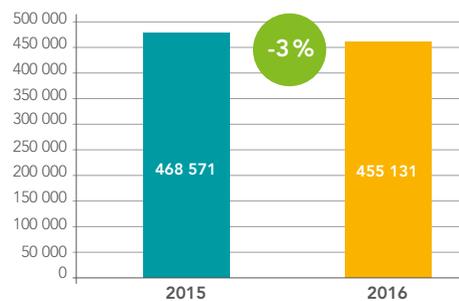
## DE LA PRESSE AUX SERVICES DU QUOTIDIEN

La presse représente 32% du chiffre d'affaires généré en gare en 2016.

Des concepts innovants ont été mis en place, pour répondre aux besoins des consommateurs et à la typologie des gares :

- Des points presse classiques sont transformés en boutiques du quotidien : le rayonnage destiné à la presse est réduit au profit des produits du quotidien.
- L'offre se diversifie avec le snacking, les livres, l'équipement électronique.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE EN GARE EN K€



## LA RESTAURATION PRIME

La restauration et la vente à emporter représentent 24% du chiffre d'affaires généré en gare en 2016.

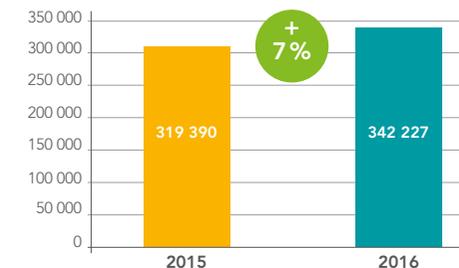
Ce secteur constitue toujours une locomotive : 1/4 des personnes interrogées en gare réclament d'avantage d'offre de restauration. Un travail de fond a été engagé pour moderniser l'offre, la rendre plus qualitative et réinventer les buffets de gare historiques.

Cette montée en gamme a permis une croissance en chiffre d'affaires de 7% entre 2015 et 2016 sur le secteur restauration et vente à emporter en gare.

Quelques exemples récents :

- L'implantation de nouvelles enseignes : Prêt à Manger et Costa Coffee ouverts en Gare de Lyon, Big Mamma et l'Eclair de Génie en Gare du Nord, Kayser à Avignon TGV et à Lille-Flandres...

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA RESTAURATION / VENTE À EMPORTER EN GARE EN K€



- L'arrivée en gare d'enseignes absentes du territoire national ou local : Five Guys en Gare du Nord, Starbucks ouvert en Gare de Grenoble...
- La venue en gare de grands chefs étoilés : Le Lazare par Fréchon, L'Étoile du Nord par Thierry Marx, Alain Ducasse...



## L'ESSOR DU COMMERCE DE DÉTAIL

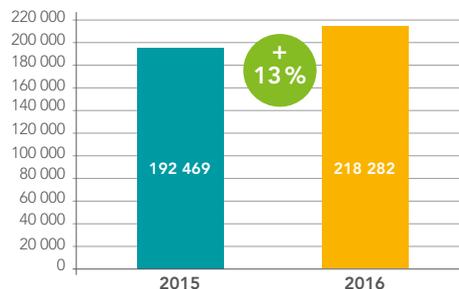
L'offre se diversifie pour mieux répondre aux besoins des consommateurs :

- 2/3 des personnes interrogées en gare réclament l'ouverture de nouvelles boutiques,
- L'expérience des centres commerciaux démontre que le commerce attire le commerce : la diversification de l'offre en gare ne concurrence pas les enseignes déjà implantées dans le quartier mais constitue l'opportunité d'accroître le flux de visiteurs.

Une nouvelle offre de commerces de détails (équipement de la maison et équipement de la personne) est donc déployée :

- Elle pèse 15% du chiffre d'affaires des commerces en gare en 2016,
- Elle présente une croissance en chiffre d'affaires de 13% entre 2015 et 2016.

### CHIFFRE D'AFFAIRES DES BOUTIQUES ET COMMERCES DE DÉTAIL EN GARE EN K€



Certains magasins en gare figurent, dès le jour de leur ouverture, au top du classement national en chiffre d'affaires de l'enseigne à laquelle ils appartiennent :

- Camaïeu à Paris-Nord : 1<sup>er</sup> place au classement national de l'enseigne,
- Du Pareil Au Même à Paris-Nord : 2<sup>e</sup> place au classement national de l'enseigne.



## LES SERVICES DU QUOTIDIEN EN ZONE DENSE

Pour mieux gagner du temps sur le temps, lors des déplacements du quotidien, et s'adapter aux nouveaux modes de vie, une gamme spécifique de services innovants est progressivement déployée :

- Courses sur le chemin du retour : des concepts alimentaires avec une large variété, conçue pour une personne ou pour deux, comme les Monop'Daily, mais également des services innovants comme le développement d'un partenariat avec la Ruche qui dit oui, plateforme en ligne qui favorise les échanges directs entre producteurs locaux et consommateurs.
- Organisation familiale : gamme Baby & Station, crèches et halte-garderies, mais aussi laboratoires d'analyses médicales à Paris-Saint-Lazare.

- Retrait de colis pré-commandés : gamme Collect & Station qui met à disposition des casiers de retrait en gare, d'achats réalisés sur internet. 112 Collect & Station sont implantés avec un taux de remplissage moyen de 19% en janvier 2016.
- Travail : gamme Work & Station, espaces de travail déclinés sous plusieurs formes (centre d'affaires, co-working, micro-working, tiers-lieux) : 5 espaces de co-working et 1 espace de micro-working sont déployés.



Guillaume Pepy, président du directoire de SNCF et PDG de SNCF Mobilités et Jean-Pierre Petit, PDG de Mac Donald's France, à la cérémonie de clôture des Enseignes d'Or 2015.

# L'INNOVATION AU SERVICE DES CLIENTS



## LE DIGITAL, AU SERVICE DE L'AUGMENTATION DU TAUX DE CONVERSION

La première étape de la digitalisation des gares permet aux visiteurs de rester connectés et d'accroître leurs activités commerciales. À cet effet :

- Le WiFi gratuit et illimité a été déployé dans 120 grandes et moyennes gares en France en 2015.
- 176 gares seront équipées à l'été 2016 (dont 60 gares en Île-de-France).
- soit 345 gares dotées de WiFi en 2017.

### En complément, plusieurs outils digitaux sont proposés aux visiteurs :

- L'application unifiée SNCF donne accès à toutes les informations sur les trains et le voyage.

- Le site internet gares-sncf.com, livre toutes les informations utiles sur les gares.
- Le service digital Objets trouvés, permet de déclarer la perte d'un objet en gare et de suivre sa restitution.
- Le service Garantie des Gares permet de signaler tout dysfonctionnement d'équipement en gare.
- L'application des gares intégrera dès septembre 2016 toutes les informations sur les gares, ainsi que les services, magasins et restaurants en gare (la version beta s'appelle aujourd'hui G Envie). Elle sera progressivement enrichie d'une cartographie par gare, réalisée en partenariat avec Google.

### 120 GARES ÉQUIPÉES EN WIFI GRATUIT ILLIMITÉ

- Service disponible
- Service à venir



Les différents services digitaux sont la base de la connaissance client de SNCF Gares & Connexions :

- Près de 600 000 connexions WiFi ont été enregistrées dans les gares en janvier 2016.
- Des bannières publicitaires dans le portail WiFi et l'application mobile informent des services de SNCF Gares & Connexions et des offres commerciales.
- Fin décembre 2015, 800 000 comptes sont qualifiés dans la base client de SNCF Gares & Connexions.

Des connecteurs de type « beacons » sont par ailleurs en cours de déploiement (premières gares équipées : Gare de Lyon, Amiens, Rennes et Bordeaux) et permettent de proposer aux visiteurs une interactivité fine en gare, qui met en visibilité voire désenclave si nécessaire les commerces.

La base client, combinée aux possibilités d'interactivité, va permettre de développer des projets d'offres commerciales personnalisées poussées auprès des visiteurs, dès lors qu'ils approchent d'une zone commerciale, pour optimiser le taux de conversion.

Enfin, un projet de paiement sans contact (NFC) auprès des commerces et services de la gare est à l'étude.

## LES GARES, LIEUX D'INNOVATION POUR LES ENSEIGNES

Avec 10 millions de visiteurs par jour représentatifs de la société dans son ensemble, la gare constitue un laboratoire idéal pour les enseignes qui souhaitent tester des concepts différents ou innovants, de nouveaux formats et de nouvelles offres.

De plus, les gares bénéficient de modalités contractuelles souples : les Autorisations d'Occupations Temporaire (AOT) permettent un renouvellement fréquent de l'offre et une implantation des commerçants sans paiement de droit d'entrée.



### Plusieurs types de concepts ont ainsi été testés :

- L'adaptation des enseignes au patrimoine et aux contraintes spécifiques des gares :
  - Monop'Lab en gare Montparnasse,
  - Monop'station en gare de Chartres, Strasbourg ou Thionville...
  - Carrefour Express à Versailles-Chantiers et à Nancy.
- L'implantation d'enseignes originales, méconnues ou nouvelles sur la scène commerciale française ou locale :
  - Merveilleux de Fred, Palais des thés à Lille-Flandres,
  - Undiz à Paris-Nord (mezzanine RER),
  - Kiko, Parfois et Five Guys à Paris-Nord,
  - Le chocolat Alain Ducasse à Paris-Nord,
  - Enfin, des commerces éphémères avec Amorino, Tesla, Danio (en Gare de Lyon), caviste Perrin (Avignon TGV)...

## CITY & CONNEXIONS, LA NOUVELLE PLATEFORME COLLABORATIVE

Chaque jour, les gares sont fréquentées par 10 millions de clients et ils attendent des espaces toujours mieux adaptés à leurs modes de vie. Intégrée à la ville, à un quartier, la gare participe à la vie quotidienne des riverains. Catalyseur du dynamisme urbain, elle crée également de la valeur ajoutée en contribuant au développement économique d'un secteur.

### Une innovation utile pour nos clients et une avancée pour nos partenaires économiques

La plateforme collaborative City & Connexions s'adresse :

- aux clients, pour recueillir leurs souhaits de services et de magasins en gare ;
- aux commerçants, artisans, entrepreneurs désireux de s'implanter en gares et dans leurs quartiers, notamment pour les petites et moyennes gares.

Cette plateforme permet en outre de mieux connaître, sur l'ensemble des 3000 gares, les attentes et les suggestions des clients.

Rendez-vous sur :  
[cityetconnexions.gares-sncf.com](http://cityetconnexions.gares-sncf.com)



# LES GARES, UN «CITY BOOSTER»

La raison d'être que s'est choisie SNCF Gares & Connexions résulte d'une conviction : les gares doivent être un « city booster ».

- Cette raison d'être s'inscrit dans un héritage : apparues avec la révolution industrielle et l'essor du transport ferroviaire, les gares ont métamorphosé nos villes.
- Elle correspond également à des compétences : SNCF Gares & Connexions a développé des savoir-faire spécifiques au service de la vitalité urbaine.
- Elle porte enfin une vision : SNCF Gares & Connexions fait le pari de l'urbanisation positive ; le développement des villes sera une opportunité pour tous.

La raison d'être city booster s'incarne en deux dimensions :

- La gare est un village urbain. La surintensité des flux, quelle que soit la taille de la gare (petite gare régionale ou grande gare de métropole), associée aux services et commerces du quotidien présents en gare, en font un lieu de vie et un argument d'attractivité pour la ville.
- La gare se dépasse et s'ouvre sur la ville. Elle structure et dynamise l'environnement urbain dans lequel elle s'insère et s'inscrit dans des projets ouverts sur le quartier de la gare.

La réaction des voyageurs face au développement du commerce en gare illustre bien cette raison d'être de city booster de la gare : 92% des femmes et 84% des hommes affirment « cela change la façon de vivre au quotidien ».



# SNCF RETAIL & CONNEXIONS, FONCIÈREMENT GARE!

POUR PORTER SA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE EN GARE, SNCF GARES & CONNEXIONS S'APPUIE SUR SNCF RETAIL & CONNEXIONS (ANCIENNEMENT A2C), SA FILIALE DÉDIÉE À LA VALORISATION DES ESPACES EN GARE.



## SNCF Retail & Connexions compte 75 collaborateurs ;

ses 15 commercialisateurs sont issus d'entreprises majeures de l'immobilier commercial (Klépierre, Unibail, Icade, Hammerson...).

SNCF Retail & Connexions couvre

### plusieurs domaines d'activités:

les commerces en gare (dont les commerces éphémères), les services avec opérateurs en gare, le pilotage de la régie publicitaire MédiaTransports.

Filiale à 100% de SNCF Gares & Connexions, SNCF Retail & Connexions offre aux enseignes un

**accompagnement sur mesure à toutes les étapes** de leur implantation en gare :

- Adaptation de leur concept pour intégration dans le patrimoine spécifique de la gare et captation optimale des flux,
- Dossier d'aménagement (avec instructions auprès des autorités en gare et autorités administratives),

- Travaux,
- Gestion contractuelle et facturation,
- Appui à l'exploitation.

L'accompagnement apporté par SNCF Retail & Connexions aux enseignes est réactif et de qualité car il s'appuie sur une capacité à **mobiliser tous les acteurs des projets et du fonctionnement courant des gares**, au sein de SNCF Gares & Connexions :

- Maîtrise d'ouvrage,
- Maîtrise d'œuvre,
- Exploitation,
- Maintenance.

**SNCF Retail & Connexions développe une offre commerciale centrée sur le cœur des attentes des visiteurs en gare (presse, restauration...) tout en l'enrichissant de concepts shopping et achats plaisirs.**