



KLEPIERRE



Une marque Lagardère Active

## Communiqué de presse

Paris, le 19 février 2013

### GULLI et KLÉPIERRE LANCENT LA PREMIÈRE ÉDITION DU GULLI TOUR AVEC LAGARDÈRE MÉTROPOLES

**Gulli, 1<sup>ère</sup> chaîne pour les enfants et la famille en France et Klépierre, acteur majeur de l'immobilier de commerce en Europe, présentent, en exclusivité, un nouveau concept événementiel à destination des jeunes visiteurs, dans 17 centres commerciaux en France. Cette tournée est orchestrée par le département Hors-Media / Événementiel, intégré à la régie de Lagardère Active, en partenariat avec 2 marques media du groupe : Télé 7 jours et RFM.**

**Du 20 février au 15 juin 2013**, cet espace de jeux et d'animations itinérant, conçu aux couleurs de la chaîne, **accueillera gratuitement les enfants de 4 à 12 ans** dans des centres commerciaux du groupe Klépierre sur toute la France.

Encadrés par des animateurs, les enfants pourront y **découvrir la richesse de l'univers Gulli** en :

- Visionnant, dans l'espace **Gullitv**, leurs dessins animés et séries préférés
- Bougeant avec un jeu interactif présenté, dans le **Gulligame**
- Participant, dans l'espace **Gullicréa**, à un atelier créatif sur le thème des personnages phares de la chaîne
- Jouant à la marelle, dans l'espace **Gullimove**, pour se dépenser en s'amusant
- Prenant des photos avec leurs héros favoris, dans l'espace **Gulliface**
- Vivant une expérience ludique autour d'animations interactives, dans le **Gullianim'**.

Joan Faggianelli, figure emblématique de la chaîne et animateur du jeu familial quotidien **in ze Boîte** viendra rencontrer les enfants sur certaines dates de la tournée.

*« Cette opération de divertissement de qualité, conviviale et interactive, correspond aux standards de "Brand Experience" que Klépierre souhaite développer pour les visiteurs de ses centres. Avec 1,5 milliard de visiteurs par an dans nos centres commerciaux, nous offrons aux marques une audience importante et réceptive qu'elles peuvent toucher en direct et de façon individualisée. Notre métier est de faciliter la rencontre entre marques et consommateurs, tel est l'enjeu de cette opération », indique Sandrine Quesnel, directrice marketing et communication de Klépierre.*

*« À travers les centres commerciaux Klépierre, nous disposons d'une nouvelle opportunité d'aller à la rencontre de notre public, les enfants et leur famille, pour leur proposer une nouvelle expérience autour de la marque Gulli, aujourd'hui véritable destination de divertissement familial » précise Benoit Roque, directeur commercial des chaînes de télévision de Lagardère Active.*

**Jean Fayard, directeur Hors-Média / Événementiel de Lagardère Métropoles déclare** « *Le Gulli Tour est la parfaite illustration de notre savoir-faire : concevoir et produire des solutions événementielles sur mesure pour nos clients, en leur faisant bénéficier de la caution de nos marques media, tout en respectant les objectifs propres à celles-ci. C'est la convergence des intérêts de notre client Klépierre, et de la marque Gulli que nous avons su orchestrer au travers du Gulli Tour : créer du trafic dans les 17 centres Klépierre concernés avec un dispositif attractif pour les familles, tout en créant de l'expérience de marque pour la chaîne auprès de ses jeunes téléspectateurs. Au-delà des pics de trafic dont vont bénéficier les centres, c'est aussi leur image qui est valorisée auprès de la cible familiale tout comme cela permet à Gulli de renforcer sa présence auprès des enfants. Tout le monde est gagnant.*»

Plus d'informations sur [www.gulli.fr](http://www.gulli.fr)

## **À PROPOS DE :**

### **Klépierre**

Acteur majeur de l'immobilier de commerces en Europe, Klépierre associe une expertise en termes de développement, de gestion locative et d'asset management.

Son patrimoine est valorisé à 16,4 milliards d'euros au 31 décembre 2012 et se compose essentiellement de grands centres commerciaux implantés dans 13 pays d'Europe continentale. Klépierre détient une participation majoritaire (56,1%) dans Steen & Strøm, 1ère foncière scandinave de centres commerciaux.

Klépierre a pour principaux actionnaires Simon Property Group (28,9%), leader mondial de l'industrie des centres commerciaux et BNP Paribas (22,0%), première banque de la zone euro.

Klépierre est une Société d'investissement immobilier cotée (SIIC), dont les actions sont admises aux négociations sur Euronext ParisTM, membre des indices SBF 80, EPRA Euro Zone, GPR 250 et des indices développement durable DJSI World, FTSE4Good, ASPI Eurozone ainsi que des registres d'investissement Ethibel Excellence et Pioneer. Cette présence marque l'engagement du Groupe dans une démarche volontaire de développement durable.

Pour en savoir plus : [www.klepierre.com](http://www.klepierre.com)

### **Gulli**

Première chaîne gratuite pour la jeunesse et la famille, Gulli séduit les enfants comme les parents, avec plus de 35 millions de téléspectateurs chaque mois\*. C'est la première chaîne sur les 4-10 ans en journée et, depuis 2010, la chaîne la plus connue des Français sur sa thématique.

Aujourd'hui, au-delà de la chaîne, Gulli est une véritable destination de divertissement familial déclinée sur tous les supports : numériques (gulli.fr, Gulli Replay avec 8,4 millions de vidéo vues en octobre, application iPad, iPhone, Android, offre iTunes...) tablette Gulli pour la famille, gamme audio complète, magazines, jouets et implantations sur le terrain. Le premier Gulli Parc, parc de loisirs pour la famille, a ouvert en région parisienne en octobre 2011 et a déjà accueilli 100 000 personnes.

Ces différents modes d'expression permettent à toute la famille de retrouver, à travers diverses expériences, les valeurs et l'énergie communicative de la marque.

sources : \*Médiamat/Médiamétrie annuel 2012 – \*\*Institut CSA-baromètre de notoriété des chaînes de complément – 2010 et 2011)

### **Lagardère Métropoles**

Lagardère Métropoles se positionne comme un acteur unique, au cœur des régions, en offrant une diversité de solutions pour répondre aux problématiques de communication de ses clients en presse, radio, web et événementiel. Le département Hors Media / Événementiel fonctionne comme une véritable agence événementielle intégrée à la régie. Sa mission consiste à conceptualiser et produire des solutions événementielles sur mesure pour le compte des annonceurs en leur faisant bénéficier de la caution de ses marques media.

## **CONTACTS PRESSE**

### **POUR KLÉPIERRE**

Agence Hopscotch Capital

Violaine DANET – 01.58.65.00.77 – [vdanet@hopscotchcapital.fr](mailto:vdanet@hopscotchcapital.fr)

Justine BROSSARD – 01.58.65.20.18 – [jbrossard@hopscotchcapital.fr](mailto:jbrossard@hopscotchcapital.fr)

### **POUR LAGARDÈRE MÉTROPOLIS**

Valérie BLONDEAU – 01 41 34 81 00 – [valerie.blondeau@lagardere-pub.com](mailto:valerie.blondeau@lagardere-pub.com)

### **POUR GULLI**

Véronique DUMON – 01 56 36 55 76 – [veronique.dumon@lagardere-active.com](mailto:veronique.dumon@lagardere-active.com)