

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 03 juillet 2019

Un nouveau concessionnaire pour les boutiques de la tour Eiffel

La société LxA, issue de l'association entre les opérateurs du retail touristique et culturel Lagardère Travel Retail France et Arteum, est le nouveau concessionnaire des boutiques de la tour Eiffel depuis le 1er février 2019, date de l'entrée en vigueur du contrat.

En axant sa proposition sur une offre en boutique plus diversifiée et plus qualitative, une promotion de produits fabriqués en France, ainsi qu'une dimension culturelle importante en adéquation avec les valeurs portées par le monument, LxA s'inscrit dans la continuité du projet souhaité par la SETE : réaffirmer la tour Eiffel en tant que vitrine de l'accueil parisien et du savoir-faire français.

L'association de deux acteurs complémentaires

En s'associant, Lagardère Travel Retail France et Arteum réunissent deux expertises fortes, spécialisées dans le commerce de détail dans des lieux touristiques :

- Lagardère Travel Retail France, **premier opérateur de Travel Retail en France**, est spécialiste de la gestion de boutiques dans des lieux à fort flux touristique ;
- Arteum, **premier opérateur privé de librairies-boutiques de musées en France**, est spécialisé dans l'édition et la distribution de produits culturels et touristiques avec une approche créative et innovante.
-

La conjugaison de ces compétences permet à LxA de proposer une offre complète, qualitative et originale, répondant à la fois aux enjeux de **diversification et de montée en gamme de l'offre, de renouvellement de l'expérience notamment à travers des services innovants, et de promotion des savoir-faire français.**

LxA a confié le design architectural des boutiques de la tour Eiffel à **l'agence de design Malherbe Paris** pour créer des lieux uniques à chaque moment de visite, du parvis au sommet.

Un parcours client physique et digital intégralement repensé

Les cinq nouvelles boutiques seront inaugurées fin 2020. Une série de dispositifs digitaux ponctuera le parcours du visiteur afin d'accompagner ce dernier dans son voyage ascensionnel à travers les points de vente et les trois mobiles répartis à chaque étage.

Du « Giga Selfie » sur le parvis à la photo de l'ascension, du produit souvenir fabriqué à Paris au produit d'exception issu de grandes maisons françaises (exemple ?), des essentiels de la visite aux évènements temporaires, tout a été pensé pour capter l'attention et que chacun reparte avec un produit iconique, souvenir de sa visite mémorable sur le monument.

La technologie sera également partie intégrante du projet : écrans multilingues, paiement par mobile, encaissement sans comptoir, "click and collect or delivery"..., ces dispositifs répondent aux enjeux essentiels que sont l'excellence de l'accueil et l'accompagnement visiteur.

Des boutiques différentes et modernes

Des expériences de vente et des concepts architecturaux différents à chaque étage distilleront **l'image de la Tour et de l'esprit parisien** ; un esprit propre à chaque boutique sera insufflé pour donner envie au visiteur de les découvrir une à une. Elles deviendront ainsi des lieux d'échanges entre artisans, créateurs et visiteurs, afin de valoriser les savoir-faire parisiens et français.

Une offre réinventée pour correspondre à l'image de la tour Eiffel

L'offre sera réinventée pour être à l'image de la tour Eiffel, unique et universelle, moderne et innovante.

Elle s'adressera à tous les visiteurs à travers **1 800 références** (contre 650 aujourd'hui), dont une librairie qui verra le jour avec plus de 400 livres. L'accent sera porté sur les produits développés par la SETE sous la **marque Tour Eiffel**.

Réinventer l'offre, c'est également la diversifier en ouvrant la palette des typologies de produits, de prix et de styles et **la rendre unique en lui donnant du sens**.

Du produit d'impulsion à l'objet d'exception parmi douze catégories de produits, l'assortiment sera conçu pour toucher tous les profils de visiteurs et traduira les multiples facettes de la Tour et de Paris ; sans oublier évidemment la mise en lumière des **savoir-faire de créateurs français et parisiens**.

L'éco-responsabilité, valeur chère à la SETE sera un critère essentiel dans la provenance des produits. Ces derniers devront utiliser des **matériaux recyclables** et seront majoritairement **fabriqués en France**, à Paris, voire même directement **sur la Tour**.

Informations clefs

- Fin 2020 : ouverture des 5 boutiques
- 90% de nouveautés
- 60% de produits fabriqués en France
- 30% de renouvellement par an
- Produits compris entre 1€ et plus de 2000€
- 1800 références de produits (dont 400 livres)

Citation de Patrick Branco Ruivo, directeur général de la Société d'Exploitation de la Tour Eiffel (SETE)

« Depuis 130 ans, la tour Eiffel porte haut l'excellence du savoir-faire à la française ; cela doit aussi se refléter dans l'offre de produits que nos visiteurs peuvent trouver dans les boutiques. Ces dernières font donc partie intégrante de notre stratégie d'amélioration de l'accueil.

Aux côtés de la société LxA, nous nous réjouissons de pouvoir bientôt être en mesure de proposer une palette de produits dérivés originaux et variés. Et montrer ainsi que la Tour continue de se réinventer ».

Citation de Matthieu Mercier, directeur général délégué de Lagardère Travel Retail France

« Dans un tel lieu, on ne trouve plus de boutiques : le visiteur se promène dans des espaces inspirants où naissent le désir et la curiosité, l'émotion et l'exclusif. Par ce nouveau partenariat avec LxA, nous avons souhaité apporter une nouvelle modernité à l'historique, proposer une nouvelle lecture, un nouveau projet, où l'innovation et l'enthousiasme mais aussi la confiance et la créativité se mettront au service de chaque visiteur de la tour Eiffel, pour créer un souvenir inoubliable... ».

Citation de Lorraine Dauchez, Fondatrice et Directrice générale d'Arteum

« L'Histoire de la tour Eiffel, c'est aussi ce qu'elle représente aux yeux du monde, ambassadrice de Paris et de la France, son patrimoine, son art de vivre autant que son innovation. Ses boutiques, tout particulièrement celle du 1^{er} étage, véritable « vitrine de Paris », et sa gamme de produits à la marque Tour Eiffel, valoriseront les savoir-faire français et parisiens que chaque client pourra emporter comme un souvenir unique de son passage à la tour Eiffel. »

Citation de Hubert de Malherbe, Président-Designer de l'Agence Malherbe Paris

« En tant que véritables parisiens et amoureux de la Tour Eiffel, nous sommes heureux de contribuer à la magnifier. Notre travail s'inscrit dans l'histoire de la tour Eiffel tout en lui insufflant un esprit nouveau et moderne. Notre ambition est de proposer au visiteur un parcours d'expériences uniques qui rendra son voyage inoubliable. »

A propos de la Société d'Exploitation de la Tour Eiffel

Le 1^{er} novembre 2017, la Ville de Paris a confié l'exploitation et la gestion de la tour Eiffel à la SETE dans le cadre d'une délégation de service public pour une durée de 13 ans. La SETE est une société publique locale dont le capital est détenu à 99% par la Ville de Paris et à 1% par la Métropole du Grand Paris. Bernard Gaudillère, Conseiller de Paris, préside son Conseil d'Administration. La SETE compte environ 340 salariés, elle est dirigée par Patrick Branco Ruivo et a réalisé 99,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018.

En savoir + : www.toureiffel.paris

A propos de LxA : Lagardère x Arteum

Pour porter ce projet de transformation majeure, Lagardère Travel Retail France et Arteum ont réuni leurs forces et leurs savoir-faire de leaders du retail touristique et culturel, au sein d'une société commune, LxA, dédiée à la tour Eiffel.

La création de LxA est fondée sur l'idée que deux compétences expertes et complémentaires dans leurs métiers, engagées à parts égales au sein d'une entreprise commune, sont capables de maximiser la création de valeur, et constituent un double moteur pour la réussite du projet.

Ainsi, LxA associe la direction artistique et commerciale si inspirée d'Arteum reconnue pour sa démarche innovante et « haute couture » pour créer des lieux uniques et parisiens, aux expertises et puissants supports de Lagardère Travel Retail France, opérateur mondialement réputé en milieu de concessions et grand connaisseur du site.

A propos de Lagardère Travel Retail France

Lagardère Travel Retail France est l'entité française de Lagardère Travel Retail, une des quatre branches du Groupe Lagardère ; opérateur global du Travel Retail avec plus de 4 600 points de vente dans 35 pays, en Travel Retail, Restauration et Duty Free & Mode dans les gares, aéroports, sites touristiques et autres concessions. Lagardère Travel Retail a une approche unique et globale visant à offrir une expérience shopping mémorable aux voyageurs et à être le partenaire de référence pour les concédants et les marques. Lagardère Travel Retail réalise un chiffre d'affaires de 4,9 milliards d'euros (géré à 100%).

En savoir + : www.lagardere-tr.fr

A propos d'Arteum

Créée en 2008 par Lorraine Dauchez, Arteum est le premier opérateur privé français de librairies-boutiques de musées et de sites touristiques. Spécialisée dans la distribution et l'édition de produits culturels, Arteum a développé un savoir-faire sur mesure et innovant pour accompagner chacun de ses partenaires et réinventer l'expérience d'achat de produits porteurs de sens. La société gère dix concessions de boutiques de grands musées français, physiques et online, tels que le MAD-Musée des Arts Décoratifs, le musée du Quai Branly-Jacques Chirac, le musée de l'Armée-Invalides, ou encore la Cité des Sciences et de l'Industrie, ainsi qu'un réseau de distribution hors les murs de 300 points de vente dans le monde. Arteum réalise un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros.

En savoir + : www.arteumservices.com

A propos de Malherbe Paris

Fondée il y a 25 ans, l'agence Malherbe Paris est devenue par son expertise un acteur majeur dans le Retail Design, en France comme à l'international.

Sous l'impulsion créative de son fondateur et actuel président, Hubert de Malherbe, l'agence a su se démarquer par l'élégance de ses concepts alliée à une véritable intelligence des enjeux de l'architecture commerciale.

La diversité des réalisations de Malherbe Paris, allant du luxe à l'aéronautique haut de gamme, révèle un art de l'adaptation dans des esthétiques rigoureuses et stylées : l'art d'une agence française ultra contemporaine.

En savoir + : <http://malherbe.paris/>

CONTACTS MEDIAS

SETE :

Victoria KLAHR - vklahr@toureiffel.paris / Tél. : +33 (0)1 44 11 23 44 / + 33 (0)7 72 00 05 60

Lagardère Travel Retail France : Press For You

Maité Billault - maite.press4u@gmail.com - 01 53 43 85 25

Arteum : 14 Septembre

Frédérique Creté - frederique.crete@14septembre.com - 01 55 28 38 28

Malherbe Paris : Paymal Network

Christophe Paymal - cpaymal@paymalnetwork.com - 01 48 06 30 60

