

# AÉROPORTS DE PARIS, ACTEUR MAJEUR DU COMMERCE AÉROPORTUAIRE

MAI 2014



DOSSIER DE PRESSE





GUCCI

Dior





# SOMMAIRE

LE COMMERCE AÉROPORTUAIRE .....	p.04
LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES .....	p.07
LES ATOUTS DU SHOPPING EN AÉROPORT .....	p.08
LA BEAUTÉ À L'HONNEUR .....	p.11
PARIS, CAPITALE DE LA CRÉATION .....	p.14
CAP SUR L'ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE .....	p.18
LE RENOUVELLEMENT DES BARS ET RESTAURANTS.....	p.25
ANNEXE.....	p.26

## PARIS, CAPITALE DE LA CRÉATION

D'ici 2015, Aéroports de Paris a l'ambition de devenir le référent du commerce en aéroport en Europe en termes de performance économique, d'innovation et de satisfaction clients. Pour atteindre cet objectif, le Groupe a choisi un positionnement unique : « Paris, capitale de la création », centré sur 3 familles de produits clés (Beauté, Mode et Accessoires, Gastronomie et Art de Vivre), associé au développement de concepts exclusifs et à un discours très centré sur les marques, notamment françaises. Le Groupe a prévu d'investir dans ses activités commerciales entre 140 et 150 millions d'euros entre 2011 et 2015

# LE COMMERCE AÉROPORTUAIRE

Le modèle économique du groupe Aéroports de Paris est regroupé autour de 4 activités principales :

- l'aéronautique
- l'ingénierie et l'exploitation d'aéroports à l'étranger
- l'immobilier
- le commerce aéroportuaire et les services.

## QU'EST-CE QUE LE COMMERCE AÉROPORTUAIRE ?

Il s'agit de l'ensemble des revenus liés aux activités commerciales : les bars, les restaurants et l'ensemble des boutiques mais également les services liés aux parkings, aux loueurs de voitures, aux bureaux de change, etc.

Le commerce aéroportuaire comprend les activités de trois co-entreprises créées avec de grands acteurs du secteur, deux dans le domaine de la distribution commerciale en aéroports (Société de Distribution Aéroportuaire et Relay@ADP, toutes deux créées avec Lagardère), la troisième dans le domaine de la publicité (Média Aéroports de Paris, créée avec le groupe JCDecaux).

## QU'EST-CE QUE LE DUTY-FREE ?

Les activités commerciales exploitées en zone publique se trouvent en amont des filtres de contrôle (douanes, police aux frontières, postes d'inspection-filtrage) et toute personne peut y effectuer des achats. Les activités commerciales exploitées en zone réservée se trouvent au-delà des filtres de contrôle. La zone réservée inclut d'une part des espaces appelés « zone Schengen », qui ne donnent plus lieu au passage de la douane, et d'autre part la « zone internationale », dans laquelle les passagers des vols internationaux à destination de tous les pays hors Union européenne, ou à destination des DOM TOM, peuvent acheter des produits avec un avantage prix compétitif, dû à l'exonération de certaines taxes.

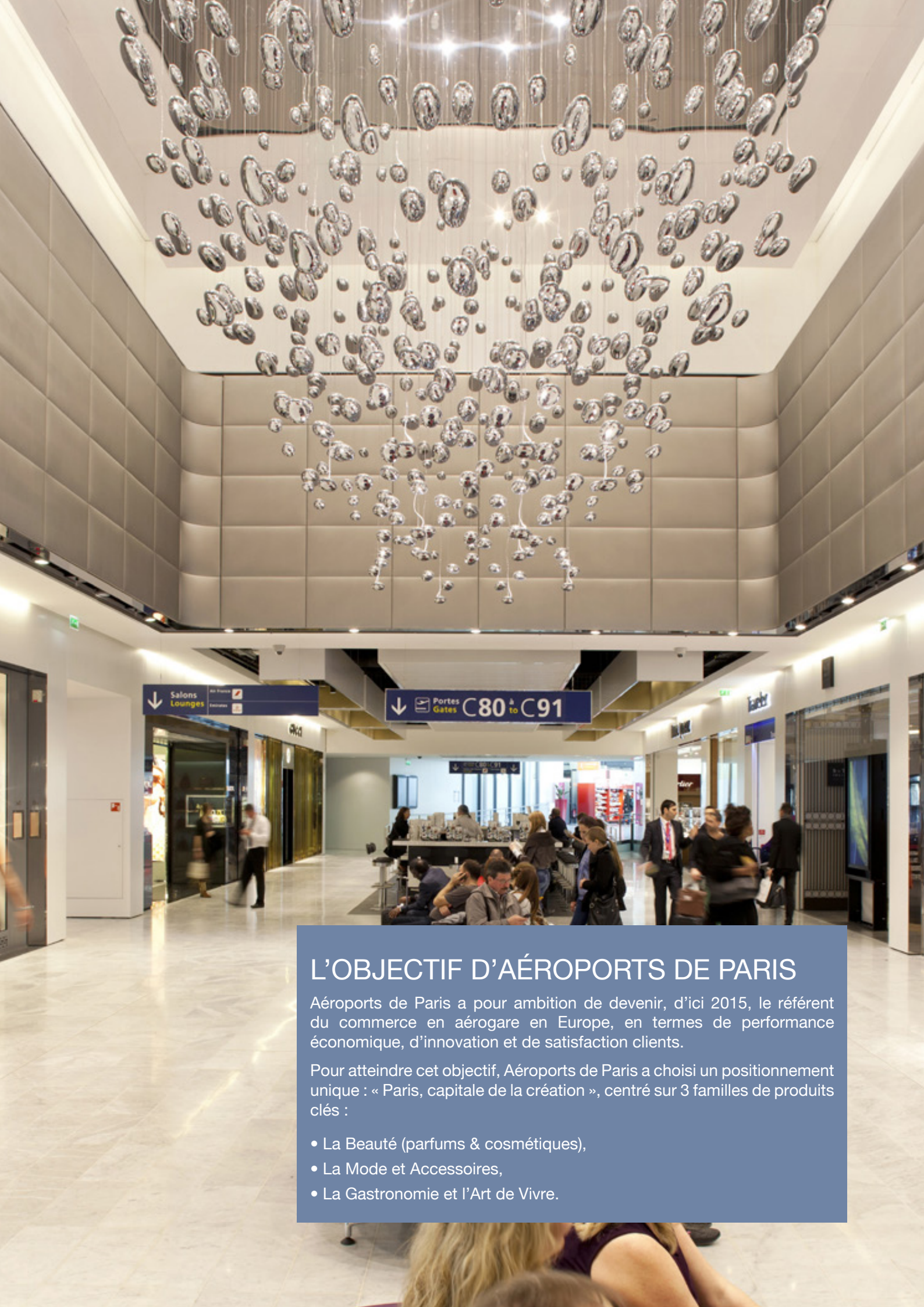
Les passagers qui voyagent à l'intérieur de la zone Schengen bénéficient de prix équivalents aux prix Duty Free sur la Beauté (Parfums et Cosmétiques), la gastronomie, la confiserie, le vin et le champagne.

## UN SEGMENT IMPORTANT POUR L'ENTREPRISE

Les commerces et services aéroportuaire ont représenté en 2013 plus d'un tiers du chiffre d'affaires d'Aéroports de Paris, soit 949 M€ et près de la moitié de l'excédent brut d'exploitation (EBITDA) du groupe. Ces activités sont donc très importantes dans le modèle économique et la stratégie de l'entreprise. L'objectif d'Aéroports de Paris est d'augmenter, entre 2009 et 2015, les surfaces commerciales de 18%, pour passer de 49 900 m<sup>2</sup> à 58 800 m<sup>2</sup> et la seule surface des commerces en duty free de 35%, pour atteindre 24 000 m<sup>2</sup> (vs 17 800 m<sup>2</sup> en 2009).

## DES ACHATS DE PLUS EN PLUS IMPORTANTS

Depuis 2006, le chiffre d'affaires par passager au départ des boutiques situées en zone réservée n'a cessé de croître. Il était de 9,8€ par passager en 2006 et a atteint, pour l'année 2013, 17,7 €. Ces résultats témoignent d'une adéquation croissante entre l'offre proposée dans les aéroports parisiens et les attentes des passagers. D'ici 2015, Aéroports de Paris s'est fixé un objectif de 19€ de chiffre d'affaires par passager.



## L'OBJECTIF D'AÉROPORTS DE PARIS

Aéroports de Paris a pour ambition de devenir, d'ici 2015, le référent du commerce en aéroport en Europe, en termes de performance économique, d'innovation et de satisfaction clients.

Pour atteindre cet objectif, Aéroports de Paris a choisi un positionnement unique : « Paris, capitale de la création », centré sur 3 familles de produits clés :

- La Beauté (parfums & cosmétiques),
- La Mode et Accessoires,
- La Gastronomie et l'Art de Vivre.



BUY  
PARIS  
DUTY FREE



# LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Le modèle économique des activités commerciales dans les aéroports parisiens repose sur un modèle classique de concessionnaire (avec un loyer qui est assis sur le chiffre d'affaires de l'exploitant) complété par des coentreprises avec de grands groupes pour gérer les activités phares. Au travers de ces sociétés communes, Aéroports de Paris a souhaité exercer une activité de gestion directe d'espaces commerciaux de façon à intervenir directement dans la stratégie de ces points de vente et répondre ainsi au mieux aux attentes des passagers.

## SOCIÉTÉ DE DISTRIBUTION AÉROPORTUAIRE

Aéroports de Paris et le spécialiste de la distribution aéroportuaire Aelia (filiale du groupe Lagardère Services), ont créé, en avril 2003, la Société de Distribution Aéroportuaire, dédiée aux activités d'alcool, tabac, de parfums-cosmétiques, de gastronomie et plus récemment à la mode et aux accessoires.

A fin 2013, la Société de Distribution Aéroportuaire, détenue à parité par Aéroports de Paris et Aelia, gérait 120 boutiques sur une surface totale de plus de 21 000 m<sup>2</sup> sur l'ensemble des terminaux de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly. Le chiffre d'affaires de SDA pour 2013 était de 673 M€ (contre 632 M€ en 2012).

## RELAY@ADP

Pour gérer les activités presse, de librairie et souvenirs, Aéroports de Paris et Lagardère Services ont également créé la société commune Relay@ADP en août 2011.

À fin 2013, Relay@ADP, détenue à 49 % par Aéroports de Paris, 49 % par Lagardère Services et 2 % par la Société de Distribution Aéroportuaire, gérait 56 boutiques sur une surface totale de près de 7000 m<sup>2</sup> sur l'ensemble des terminaux de Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly. Le chiffre d'affaires de Relay@ADP était, pour l'année 2013, de 65 M€ (contre 55 M€ en 2012).

## MÉDIA AÉROPORTS DE PARIS

Aéroports de Paris et JCDecaux France SAS ont créé en juin 2011, Media Aéroports de Paris, une co-entreprise destinée principalement à exploiter et commercialiser des dispositifs publicitaires sur les aéroports exploités par Aéroports de Paris en Île-de-France. Cette société est détenue à 50% par Aéroports de Paris et 50 % par JCDecaux France SAS.

Une offre largement renouvelée a été mise en place depuis 2011, avec l'objectif d'une amélioration de la qualité de service et de l'innovation, à travers de nouveaux supports digitaux, moins nombreux mais plus modernes (ceux-ci ont été dessinés par le designer de renommée internationale Patrick Jouin).

Le chiffre d'affaires de Média Aéroports de Paris pour 2013 était de 44 M€ (contre 38 M€ en 2012).

# LES ATOUTS DU SHOPPING EN AÉROPORT

Aéroports de Paris a dynamisé son offre commerciale depuis 2007 avec de nouveaux espaces duty-free plus spacieux, plus aérés, l'arrivée de nouvelles marques de mode, alcools, parfums, tabac, objets souvenirs, accessoires de mode, gastronomie, ou bien encore de maroquinerie.

Les aéroports parisiens disposent d'atouts essentiels pour le shopping. Tout d'abord, l'espace. Près de 56 700 m<sup>2</sup> sont en effet consacrés au shopping à fin 2013. Soit 13 000 m<sup>2</sup> environ de plus que le grand magasin Printemps du boulevard Haussmann à Paris. La plupart des grandes enseignes sont présentes au travers des 253 points de vente, 118 bars et restaurants et avec près de 1000 marques disponibles. Les points de vente sont également ouverts du premier au dernier vol, 7j/7, 365 jours par an.

Le modèle d'organisation s'est adapté aux nouvelles attentes des passagers et Aéroports de Paris leur offre désormais une expérience de shopping composée, dans les nouvelles installations, de trois temps, qui chacun, rappelle « Paris » :

- Un grand magasin, exclusivement consacré aux parfums et cosmétiques, à l'art de vivre et à la gastronomie française,
- une Place parisienne, avec ses traditionnels cafés, terrasses en bois et magasins tout autour,
- L'Avenue, conçue comme les plus belles avenues parisiennes avec ses boutiques de mode, de prêt-à-porter, de bijouterie-joaillerie.

## POURQUOI FAIRE SES ACHATS DANS UN AÉROPORT INTERNATIONAL ?

Un passager qui achète des produits (parfums-alcool-mode-accessoires) en centre-ville, se fait rembourser la TVA avant de quitter le territoire français pour tout achat supérieur à 175 euros effectué le même jour dans le même magasin. Pour cela, il doit, en règle générale, rejoindre un des bureaux de détaxe situé à l'aéroport, patienter et donc y consacrer un temps non négligeable.

### EN RÉSUMÉ :

- Un gain de temps : pas de passage au bureau de détaxe
- Un gain financier : la détaxe dès 1 € d'achat

En revanche, s'il fait ses achats à l'aéroport, aucune formalité supplémentaire n'est à effectuer. De plus, la détaxe s'applique dès le premier euro dépensé dans les boutiques duty-free de l'aéroport.

## FAIRE SES ACHATS DANS DES CONDITIONS OPTIMALES

Enfin, faire son shopping à l'aéroport permet de le faire dans des conditions optimales en termes de sécurité, de confort, de fluidité dans les boutiques, ... Les espaces de shopping sont totalement sûrs dans les aéroports parisiens ; aucun risque d'être confronté à un produit de contrefaçon !

Enfin, l'ensemble des achats effectués en zone duty-free voyagent en cabine, car ils sont considérés comme des bagages à main; il n'y a donc pas de supplément.





Portes  
Gates

M21 to M31



RALPH LAUREN

LONGCHAMP

LANCEL

LONGCHAMP







**GUERLAIN**  
MAISON FONDÉE À PARIS

**LANCÔME**  
PARIS

**CHANEL**

**GUERLAIN**

MY NEW FRAGRANCE  
*La petite Robe noire*





# LA BEAUTÉ À L'HONNEUR

Les plus grandes marques de beauté, les parfumeurs renommés, des produits exclusifs, en avant-première,... L'offre «beauté» présente dans les aéroports parisiens est très large et s'appuie sur un nouveau concept, créé par la Société de Distribution Aéroportuaire, BuY PARIS DUTY FREE.

## UN GRAND MAGASIN NOTAMMENT DÉDIÉ AUX PARFUMS ET COSMÉTIQUES : BuY PARIS DUTY FREE

Pour la première fois dans un aéroport européen, Paris-Charles de Gaulle propose un grand magasin dédié aux parfums & cosmétiques et à l'art de vivre à la française. Dans le seul Hall M du terminal 2E, plus de 2 200 m<sup>2</sup> sont consacrés à ce concept.

Paris a été le fil conducteur de ce nouveau concept. L'entrée du grand magasin est agrémentée de grilles et d'un dais aux couleurs de l'enseigne. Le plafond a été conçu dans l'esprit d'une verrière et l'allée traversante en damier évoque les grands hôtels, les galeries et les passages couverts de la capitale. La signalétique s'inspire des symboles touristiques de Paris, avec un clin d'œil à la Tour Eiffel. Enfin, les matériaux précieux, les teintes sobres (noir, blanc, beige) contribuent à créer une ambiance élégante et sereine.

Les plus grandes marques françaises sont présentes : **Chanel, Dior, Guerlain, Lancôme, Yves Saint Laurent**, mais également les incontournables comme **Estée Lauder**. De nouvelles marques sont venues dernièrement enrichir l'offre dans l'univers de la beauté, telles **Kiehl's** ou encore **Essie**. Enfin, BuY PARIS DUTY FREE propose un espace dédié aux parfums de créateurs, avec des marques pointues comme **Serge Lutens, Diptyque, Tom Ford ou Marc Jacobs**. L'ensemble, harmonieux, chic et design reprend les codes architecturaux des grands magasins parisiens.

## DES PRODUITS À TOUS LES PRIX :

Crème main au Karité l'Occitane : 6,90€ HT

Baume lèvres Kiehl's : 7,50€ HT

Mascara L'Oréal Paris : 14,90€ HT

Vernis à ongles Essie : 10,90€ HT

Travel Set Soins raffermissants Clarins : 105€ HT

Collection Privée de Dior : Grand Bal eau de parfum 125 ml : 186€ HT

Prix constatés en février 2014

CD

Dior

CD

CLARINS

CLARINS

CLARINS

SHISEIDO

Dior





CD

Dior

CD

GIORGIO ARMANI

GIVENCHY

Dior

Dior



# PARIS, CAPITALE DE LA CRÉATION



Le segment de la mode, des accessoires et de l'horlogerie a été totalement revu depuis 2006. A cette date, les aéroports parisiens comptaient seulement 6 marques « star » pour 10 magasins. A fin 2013, 42 marques sont présentes dans les aéroports parisiens avec pas moins de 15 marques « star ».

## POURQUOI UN TEL CHANGEMENT ?

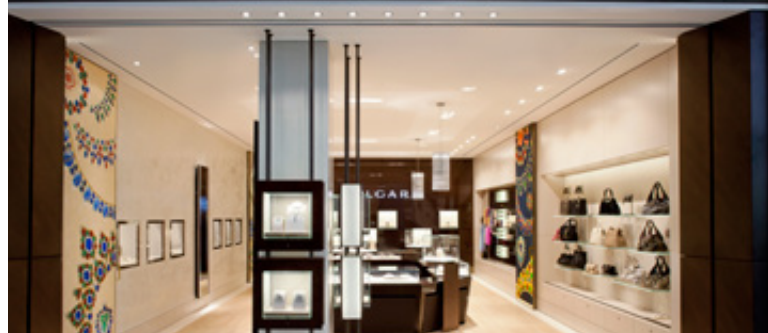
Les passagers qui viennent visiter la France et plus particulièrement Paris, ont une très forte attente en matière de mode et d'accessoires. Ils souhaitent retrouver l'élégance parisienne, le savoir-faire français et les marques iconiques pour chacun des secteurs : le luxe, l'horlogerie bijouterie et les lunettes de soleil.

Les marques « star » sont à l'honneur : Bottega Veneta, Bvlgari, Burberry, Cartier, Chloé, Dior, Gucci, Hermès, Miu-Miu, Montblanc, Prada, Ralph Lauren, Rolex, Salvatore Ferragamo, Tod's et depuis décembre 2013, Fendi. Ces marques star sont présentées en boutiques mono-marques ou en corners personnalisés. Les concepts des marques sont alors entièrement déclinés comme dans les points de ventes de référence en centre-villes.

Les marques incontournables, Emporio Armani, Eres, Ermenegildo Zegna, Hugo Boss, Longchamp, Lacoste, Lancel, Oméga, Swarovski, Villebrequin, mêlent décontraction et élégance.

Les marques mode, qu'elles soient représentatives du nouveau courant créatif français (April May, Barbara Rihl, Majestic, Notshy, Gérard Darel, Repetto, Vanessa Bruno, Zadig & Voltaire, Marc by Marc Jacobs), indispensables dans une garde robe décontractée ou volontairement affirmée (Banana Moon, Bensimon, Birkenstock, Converse, Desigual, Diesel, G-Star, Havainas, Jott), sont représentées.









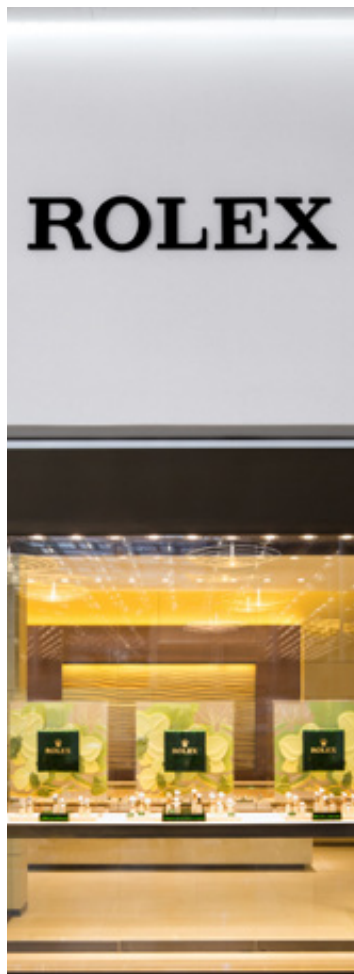
A fin 2013, quatorze bijouteries-joailleries Royal Quartz, enseignes spécialisées de centre-ville, sont ouvertes sur les aéroports Paris-Charles de Gaule et Paris-Orly.

.....

A fin 2013, dix-huit points de vente BuY PARIS COLLECTION sont ouverts sur les aéroports parisiens.

.....

A fin 2013, sept boutiques «Air de Paris» sont à la disposition des passagers des aéroports parisiens.





## LES MARQUES D'HORLOGERIE - BIJOUTERIE

Ce marché de connaisseurs, voire même de collectionneurs, s'ouvre de plus en plus aux tendances de mode. Aéroports de Paris veille à satisfaire tous ses clients pour un achat exceptionnel, un cadeau hautement symbolique ou un coup de cœur mode.

Toutes les gammes de prix sont représentées au travers des marques de référence :

En horlogerie : Baume & Mercier, Bell & Ross, Breitling, Bvlgari, Cartier, Calvin Klein, Casio, Chaumet, Chopard, Diesel, Emporio Armani, Girard Perregaux, Gucci, Guess, Hamilton, Hermès, Hublot, Ice Watch, Jaeger LeCoultre Longines, Louis Pion, Michael Kors, Oméga, Oris, Rado, Rolex, Seiko, Swatch, Tag Heuer, Tissot, Zenith.

En bijouterie : Bvlgari, Chaumet, Chopard, Didier Guerin, Fred, Gucci, Messika, Misaki, Michael Kors, Morgane Bello.



## UN CONCEPT EXCLUSIF AVEC BuY PARIS COLLECTION

Aéroports de Paris propose un concept multimarques exclusif baptisé BuY PARIS COLLECTION. Ce nouveau concept, qui s'inspire des codes des appartements haussmanniens (parquet, tapis de mosaïque, murs blancs...), a été travaillé pour offrir une ambiance de boutique identique aux grandes enseignes parisiennes. Les marques y sont regroupées par univers de style pour l'homme et pour la femme, de manière lisible, permettant un repérage facile et un achat confortable.

## LES LUNETTES DE SOLEIL

Quelles que soient les gammes de prix (de 29 euros à plus de 1000 euros) ou l'usage (techniques ou accessoires de mode), chacun trouvera le produit recherché dans les marques emblématiques : Bvlgari, Calvin Klein, Cartier, Dior, Dolce & Gabbana, Emporio Armani, Gucci, Guess, Hugo Boss, Marc Jacobs, Maui Jim, Michael Kors, Oakley, Persol, Polaroid, Porsche, Prada, Ray Ban, Roberto Cavalli, Saint Laurent, Tod's, Tom Ford, Vogue, ou le label Solaris.

## LE SOUVENIR DE PARIS, MADE IN « AIR DE PARIS »

Près de 9 passagers sur 10 rapportent *a minima* un souvenir de leur voyage. Chaque année, ce sont près de 600 000 Tours Eiffel qui sont vendues dans les aéroports parisiens, soit une toutes les secondes ! C'est la raison qui a amené Aéroports de Paris et Lagardère Services à développer un tout nouveau concept de boutiques dédiées aux souvenirs de Paris : Air de Paris.

Les passagers, accueillis par une impressionnante Tour Eiffel dressée sur les façades des boutiques, retrouvent dans cette nouvelle génération de points de vente tous les symboles architecturaux de Paris.

# CAP SUR L'ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE

L'art de vivre à la française, Paris, sa gastronomie, sa douceur de vivre, les petits plaisirs des terroirs français... Aéroports de Paris a particulièrement développé cette offre, fortement plébiscitée par les passagers.

## UNE CAVE EXCEPTIONNELLE

Une attention toute particulière a été apportée aux espaces dédiés aux vins, champagnes (**Moët & Chandon, Veuve Clicquot**) et cognac (**Rémy Martin, Hennessy**) très recherchés par les passagers internationaux.

Aéroports de Paris et ses partenaires proposent une large gamme de vins, des petites parcelles pour les amateurs (meilleure vente 2013 : Bordeaux Supérieur Château de Seguin 2011, vendu à 11€), aux grands crus et grands millésimes très rares pour les collectionneurs (**Romanée-Conti 1989-1996, La Tâche 1989, Richebourg 1990, Cheval Blanc 1990, Château Lafite Rothschild 1959** ou encore **Château Mouton Rothschild 1945\***).

Chaque année, ce sont près de 400 000 bouteilles de champagne et d'un million de bouteilles de vin qui sont vendus dans les aéroports parisiens.

\*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé



### DES VENTES EXCEPTIONNELLES

Les ventes exceptionnelles sont fréquentes sur les aéroports parisiens. En effet, certains flacons sont si rares qu'ils ne sont disponibles que dans les caves à vins des aéroports Paris-Orly ou Paris-Charles de Gaulle.

Ainsi, en 2012, le magasin BuY PARIS DUTY FREE du hall L du terminal 2E de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle a réalisé la plus grande et belle vente avec notamment pas moins de... 26 grands crus pour un montant total de plus de 125 000 €.



## LA GASTRONOMIE FRANÇAISE PLÉBISCITÉE

Aéroports de Paris a particulièrement développé les boutiques dédiées à la gastronomie. Ainsi, en 2006, un seul point de vente était à la disposition des passagers. A fin 2013, 25 boutiques étaient ouvertes.

Les passagers retrouvent le meilleur du savoir-faire et des terroirs français avec la présence notamment de **Fauchon**, **Angelina**, **Ladurée**, **La Maison du Chocolat**, **Mariage Frères**, **Nespresso**, **Petrossian**, **Dalloyau**, etc.

## DES BOUTIQUES PRIMÉES !

Plusieurs boutiques du hall M du terminal 2E de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle ont été récompensées en 2012 à l'occasion des Duty Free News International Awards :

- Le Best New Store a été décerné à la boutique **BuY PARIS DUTY FREE**,
- Le Best new store Fashion à la boutique **BuY PARIS COLLECTION**.

## DEUX PREMIÈRES MONDIALES À PARIS-ORLY

### LA PLACE DE LA MADELEINE D'ORLY OUEST

Aéroports de Paris a inauguré, en décembre 2011, un tout nouvel espace gourmand dans le terminal Ouest de l'aéroport Paris-Orly. C'est au cœur de cette nouvelle zone que **Nespresso** a choisi d'ouvrir son premier point de vente en aéroport. Une première mondiale avec cette adresse atypique pour le pionnier et leader mondial du café portionné haut de gamme. Grâce à cette boutique, **Nespresso** va à la rencontre des membres de son club, s'adapte à leurs rythmes de vie et leur propose différents services innovants en particulier un espace Pick-up agrandi qui permet aux passagers de récupérer leur commande dès leur arrivée à l'aéroport.

## LES PLUS GRANDES MARQUES DE GASTRONOMIE

Foie-gras, fromages, huiles d'olive, truffe... se déclinent dans les comptoirs d'épicerie fine. La confiserie comble toutes les envies et petits creux. Les gourmands trouvent des produits artisanaux et toutes les spécialités françaises dont raffole la clientèle étrangère : oursons guimauve en boîte cadeau, meringues, crêpes bretonnes, dragées Reynaud en exclusivité «Bleu-blanc-rouge», anis de Flavigny...

On notera le renforcement de l'offre chocolat avec notamment la marque Weiss nouvellement arrivée, les petits plaisirs chocolatés Marie Bouvero, sans oublier toutes les autres marques comme Valrhona, Godiva...

Côté salé, les épicuriens ne seront pas en reste grâce à l'offre Maison de la Truffe, le caviar, le saumon fumé et autres délices signées Petrossian, les huiles d'olive Estoublon, l'espace « Fromagerie » ou encore la marque Maxim's.



A quelques pas de là, **Ladurée** a ouvert au même moment son premier salon de thé en aéroport. **Ladurée** propose une carte variée et adaptée aux différents moments de la journée. Réparti sur un seul et même niveau, l'ensemble, composé de 3 salons différemment décorés, a été conçu comme un espace feutré, intime et confortable. Les aéroports parisiens accueillent aujourd'hui 14 points de vente **Ladurée**.

FAUCHON  
PARIS

CHOCO

GODIVA

VALRHONA

FAUCHON  
PARIS





**FAUCHON**  
PARIS

MARIAGE FRÈRES







## UN PARTENARIAT DE RÉFÉRENCE ET UNE EXPERTISE RECONNUE SUR LE MARCHÉ DES PRODUITS TECHNIQUES

Dans le cadre du déploiement de son nouveau concept « **FNAC TRAVEL** », l'enseigne offre aux passagers une large sélection de produits techniques et éditoriaux (vidéo, musique, jeux) ainsi qu'un espace dédié aux besoins spécifiques du voyage. Un espace « Livres » est également disponible en zone publique d'Orly ouest.

Les boutiques proposent toute la gamme des produits **APPLE** (MAC book, iPhone, iPod) ainsi qu'une sélection de baladeurs numériques, de casques Audio, tablettes, notebook et appareils photo numérique. L'univers « Musique » offre des espaces personnalisés aux marques (**Bose, Apple, Beats...**) tandis qu'un bar numérique permet d'écouter les dernières nouveautés et de découvrir de nombreux artistes.

L'enseigne dispose actuellement de six boutiques en zone réservée de Paris-Charles de Gaulle et d'un point de vente en zone publique d'Orly Ouest.





## LA « DÉTENTE EN AÉROPORT » : UNE LARGE GAMME DE PRESTATIONS DE MASSAGE, DE SOINS DU VISAGE ET DU CORPS

Enseigne de référence internationale sur le marché de la détente, Be Relax propose aux passagers, sur chacun de ses espaces, une expérience inédite, chaleureuse et minérale.

Situés en salle d'embarquement, chacun des espaces propose un «Beauty Bar» : make-up express, pose de vernis, soin visage anti jet-lag, diagnostic de peau personnalisé...

La détente en cabine, dispensée dans les spa du terminal 2E (portes L et M), s'opère via un protocole de modelage exclusif (tampons chauffés à la vapeur, aromatisés à la cannelle, au gingembre et à la noix de muscade) pour une relaxation totale avant d'embarquer.

Une sélection de produits et d'accessoires complète l'offre de services. L'enseigne dispose de sept points de vente sur l'aéroport Paris-Charles de Gaulle.



## RELAY, LE SPÉCIALISTE DU LIVRE ET DE LA PRESSE RÉINVENTE LE TEMPS DU VOYAGE

L'enseigne Relay a débuté à l'été 2013 un vaste programme de rénovation de ses magasins. Dans une ambiance conviviale et chaleureuse, les passagers découvrent, dans le cadre d'un aménagement totalement repensé, une offre de produits élargie, parfaitement adaptée à tous les temps du voyage, qui satisfait les envies les plus diverses : presse, livres, snacking, cadeaux, bagages, accessoires nomades et produits de dépannage... Une sélection de produits techniques et un bar numérique permettent aux passagers de rester «connectés» en toute circonstance (casques audio, liseuses, tablettes etc.).







# LE RENOUVELLEMENT DES BARS ET RESTAURANTS

Depuis 2011, Aéroports de Paris a entrepris un vaste chantier de rénovation de son offre de bars et restaurants.

La nouvelle stratégie d'Aéroports de Paris en matière de bars et restaurants est ambitieuse, résolument tournée vers la qualité et repose sur les principes suivants :

- la diversité des marques,
- des points de vente plus spacieux et mieux situés,
- une nouvelle relation contractuelle avec les exploitants qui met l'accent sur la satisfaction client et la qualité.

De fin 2010 à fin 2013, près de 50 points de vente ont été créés ou totalement rénovés. Avec pour dénominateur commun : la qualité. L'aéroport séduit de nouvelles enseignes : **McDonald's**, **Caviar House & Prunier**, **DailyMonop**, **Kayser**, **Naked**, **Nespresso**, **Mariage Frères**, **Starbucks**, **Paul**, **Exki**, **Brioche Dorée** et prochainement **Fauchon** et **BOCO**.

Dernièrement, Aéroports de Paris a étoffé son offre « gastronomie ». Après le **Miyou** dirigé par Guy Martin, l'aéroport Paris-Charles de Gaulle a accueilli très récemment le **Frenchy's Bistro** dirigé par le célèbre chef Gilles Epié et a ouvert également le **Café Cubiste**, dans le Hall M du terminal 2E.

Le **Frenchy's Bistro** est ouvert de 6h à 22h en service continu et peut accueillir simultanément 150 clients. La carte du restaurant s'adapte ainsi aux différents moments de la journée et propose aux passagers de se restaurer à table avec des plats « bistro » étonnants, ou au bar avec une offre de petites bouchées et de mini sandwiches. Un espace de vente à emporter permet par ailleurs de déguster soupes, salades, sandwiches ultra frais et petits plats cuisinés sur place.

Le **Café Cubiste** propose aux visiteurs du musée et aux autres passagers une offre de restauration idéale avant de prendre l'avion. Servi à table sur de confortables banquettes, le passager aura la possibilité de se régaler de petits déjeuners savoureux, de « gourmets burgers », de plats bistro ou encore de traditionnels desserts. Enfin, dans une ambiance « vernissage », un grand bar central propose aux amateurs une sélection de vins au verre et de champagnes de renom.

# Annexe

Les principales  
marques  
présentes  
dans les  
aéroports  
parisiens  
à fin juin 2013

## A

A. de Fussigny  
Aberfeldy  
Aberlour  
Absente  
Absolut  
Agidra  
Alohe  
Angelina  
Annick Goutal  
Anthon Berg  
April May  
Aramis  
Ardbeg  
Armani  
Atelier Prive  
Azzaro

## B

Bacardi  
Baccarat  
Bailey's  
Baillardran  
Bailly Sa  
Balenciaga  
Ballantine's  
Balvenie  
Barbara Rihl  
Bardinet  
Barnier  
Beefeater  
Bell's  
Belvedere  
Billecart-Salmon  
Biotherm  
Biscuiterie de L'Abbaye  
Black Up  
Bollinger  
Bombay Sapphire  
Bottega Veneta  
Boucheron  
Boudier  
Bourjois  
Britney Spears  
Bulgari  
Burberry  
Bushmill  
Busso

## C

Cacharel  
Calvin Klein  
Camino Real  
Campari

Camus  
Caol Ila  
Captain Morgan  
Cardhu  
Carolina Herrera  
Caron  
Carrera  
Cartier  
Castarede  
Cerruti  
Chanel  
Chapon  
Chartreuse  
Chatillon  
Chivas  
Chloe  
Christofle  
Churchill's  
Ciroc  
Clan Campbell  
Clarins  
Clément  
Clinique  
Cobalt  
Cockburn's  
Cointreau  
Comtesse du Barry  
Confiserie Rivoli  
Connemara  
Coquerel  
Courvoisier  
Cragganmore  
Cuervo

## D

Dalmore  
Dalwhinnie  
Danzka  
Delamain  
Deutz  
Dewars  
Diesel  
Dillon  
Dior  
Diot  
Disney  
Dolce & Gabbana  
Dom Perignon  
Donna Karan  
Drambuie  
Durance  
Dynamique  
Provencal  
Diptyque

## E

E.Arden  
E.Lauder  
Elie Saab  
Eristoff  
Escada  
Essie  
Estoublon

## F

Façonnable  
Fallot  
Famous Grouse  
Faucher Mireille  
Fauchon  
Fendi  
Ferragamo  
Feuillate  
Feyel Artzner  
Finlandia  
Fonbelle  
Four Roses  
Furla

## G

Geoffrey Beene  
Gérard Darel  
Get  
Gilbeys  
Giorgio.B.Hills  
Givenchy  
Glenfarclas  
Glenfiddich  
Glengoyne  
Glengrant  
Glenkinchie  
Glenlivet  
Glenmorangie  
Glenrothes  
Godet  
Godiva  
Golden Virginia  
Gordon's  
Graham  
Grand Marnier  
Grant's  
Greygoose  
Gucci  
Guerande  
Guerlain  
Guess  
Guy Laroche  
Guylian



## H

Haumont  
Havaianas  
Havana Club  
Hédiard  
Hello Kitty  
Hendricks  
Hennessy  
Henri Bardouin  
Hermès  
Highland  
Highland Park  
Hugo Boss

## I

Illva Sarrono  
Isle Of Jura

## J

J & B  
J.M  
J.P.Gaultier  
Jack Daniels  
Jameson  
Jil Sander  
Jim Beam  
Jimmy Choo  
Johnnie Walker  
Jos Perron

## K

Kalhua  
Kaviari  
Kenzo  
Kettle Foods  
Krug  
Kusmi Tea

## L

L'Occitane  
L'Oreal  
L.Lempicka  
La Cure Gourmande  
La Maison du Chocolat  
La Prairie  
La Sultane de Saba  
Lacoste  
Ladurée  
Lady Gaga  
Lagavulin  
Lancaster  
Lancel

Lancôme  
Lanson  
Lanvin  
Laphroaig  
Laurent Perrier  
Le Tanneur  
Les Gourmandises de  
Sophie  
Lillet  
Longchamp  
Longmorn

## M

Macallan  
Mademoiselle de  
Margaux  
Maison du Whisky  
Makers Mark  
Malibu  
Maltesers  
Marc Jacobs  
Marc Rozier  
Mariage Frères  
Marie Bouvero  
Marie Brizard  
Marquise de Sévigné  
Martell  
Martin Margiela  
Martini  
Massenez  
Maxim's  
Metaxa  
Michael Kors  
Middleton  
Mirabell  
Miu Miu  
Miyake  
Moët & Chandon  
Monkey Shoulder  
Montblanc  
Montesquiou  
Mugler  
Mumm

## N

Narciso Rodriguez  
Negrita  
Nespresso  
Nestle Swiss  
Neuhaus  
Notshy  
Nuxe

## O

Oakley  
Otard

## P

P.B.I.  
Paddy  
Pastis 51  
Patron  
Paul Smith  
Pebeyre  
Pernod  
Perrier Jouet  
Petit Bateau  
Petrossian  
Picasso  
Pinnacle  
Piper Heidsieck  
Pommery  
Prada  
Priminter

## R

Rabanne  
Rafaello  
Ralph Lauren  
Ramos Pinto  
Ray Ban  
Reine de Dijon  
Reminiscence  
Rémy Martin  
Repetto  
Reynac  
Ricard  
Ricci  
Roberto Cavalli  
Rochas  
Roederer  
Roger & Gallet  
Rolex  
Rothschild  
Rougié  
Ruinart  
Russian Standard  
Ryst Dupeyron

## S

Sablesienne  
Saint James  
Saisof  
Samalens  
Sauza  
Seguin  
Sempe

Serge Lutens Parfums  
Sheridan  
Shiseido  
Singleton  
Sisley  
Smirnoff  
Smokehead  
Sony-BMG  
Soubeyran  
Southern Comfort  
Stella Mc Cartney  
Suze  
Swarovski  
Swatch

## T

Taittinger  
Talisker  
Tanqueray  
Targe  
Tayas  
The Beauty Care  
Company  
Three Barrels  
Tie Rack  
Tintamar  
Tod's  
Tom Ford  
Tommy Hilfiger  
Trident  
Tumi  
Tyrconnel

## V

Valentino  
Valrhona  
Van Cleef & Arpels  
Vanessa Bruno  
Vasco  
Versace  
Veuve Clicquot  
Vicomte Arthur  
Viktor & Rolf  
Villa Des Crus  
Vinessen

## W

Weiss Chocolat  
Whyte Mackay  
Willia

## Y

Yves Rocher

