

AMUSEMENT LOGIC, CENTRES COMMERCIAUX

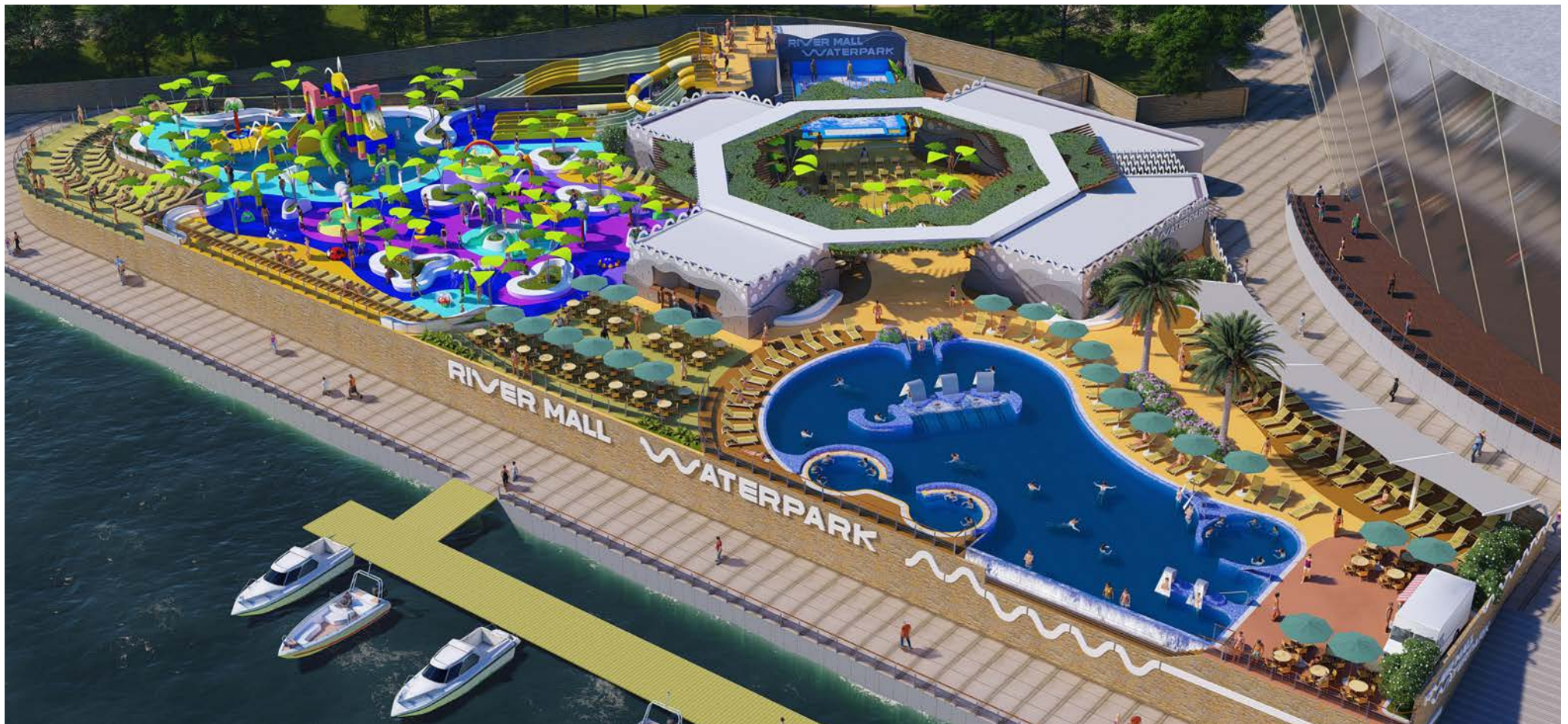


Calle dels Velluters, 2 Polígono Industrial Vara de Quart
46014, Valencia (Espagne)
Tel: +34 961 581 614 ; Fax: +34 961 565 346

www.amusementlogic.fr
info@amusementlogic.es

À l'origine, les centres commerciaux étaient constitués d'un **ensemble de magasins, concentrés dans un ou plusieurs bâtiments**, avec des passerelles qui les reliaient entre eux et permettaient aux visiteurs de se rendre de l'un à l'autre sans quitter le site. Ils sont devenus l'**âme de nombreuses communautés, la base de leur économie de détail**, et aussi un lieu de rencontre pour les adolescents du monde entier. Depuis les États-Unis, où ils sont nés, ils se sont répandus dans le monde entier.

Toutefois, la progression **rapide de la révolution numérique (commerce électronique et nouvelles technologies numériques)** et le changement des tendances mondiales ont radicalement transformé les attentes des consommateurs. Aujourd'hui, lorsqu'ils visitent les centres commerciaux, **ils recherchent des expériences qui vont bien au-delà des achats traditionnels**. Au fur et à mesure que ces nouvelles tendances s'imposent sur la scène mondiale, les exploitants de centres commerciaux sont contraints de repenser la conception et le fonctionnement de leurs propriétés.





Pour y parvenir, ils aspirent à [transformer leurs grandes surfaces en destinations incontournables](#). Et pour ce faire, ils prennent des décisions audacieuses et importantes visant à transformer leurs centres commerciaux en lieux emblématiques où, en plus de faire leurs achats, [les clients peuvent ramener chez eux une expérience authentique](#).

Ces transformations, qui englobent le design, l'architecture, les nouvelles technologies et les activités humaines et sociales sous tous leurs aspects, s'opèrent dans plusieurs directions. Le shopping est devenu moins important avec cette nouvelle approche, le centre commercial devient désormais un espace où [les aires communes prennent une plus grande importance](#).



Les entrées des centres et les couloirs et connexions sont devenus plus hauts et plus larges, comme pour suggérer que [les acheteurs entrent dans un environnement merveilleusement différent](#), aussi éblouissant qu'accueillant. En fait, les entrées se distinguent dans les environs pour devenir une sorte d'image de marque pour les centres commerciaux. De plus, ces grands espaces permettent la célébration de toutes sortes d'événements multiples, qui constituent en eux-mêmes un autre pôle d'attraction pour le public.

[La restauration est une autre activité qui gagne de l'espace](#) dans les centres commerciaux. Les zones alimentaires centralisées apparaissent comme des points de pivot pour relancer leur image de marque.

La restauration est accompagnée d'activités de loisirs. L'attrait pour occuper le temps des clients devient un aspect essentiel de l'expérience du centre commercial. Qu'il s'agisse de [culture, d'excitation, de divertissement, de détente, de toute activité intéressante, instructive, stimulante ou amusante](#), c'est une bonne option pour remplir le temps libre des clients. L'activité d'achat se transforme en une expérience authentique.

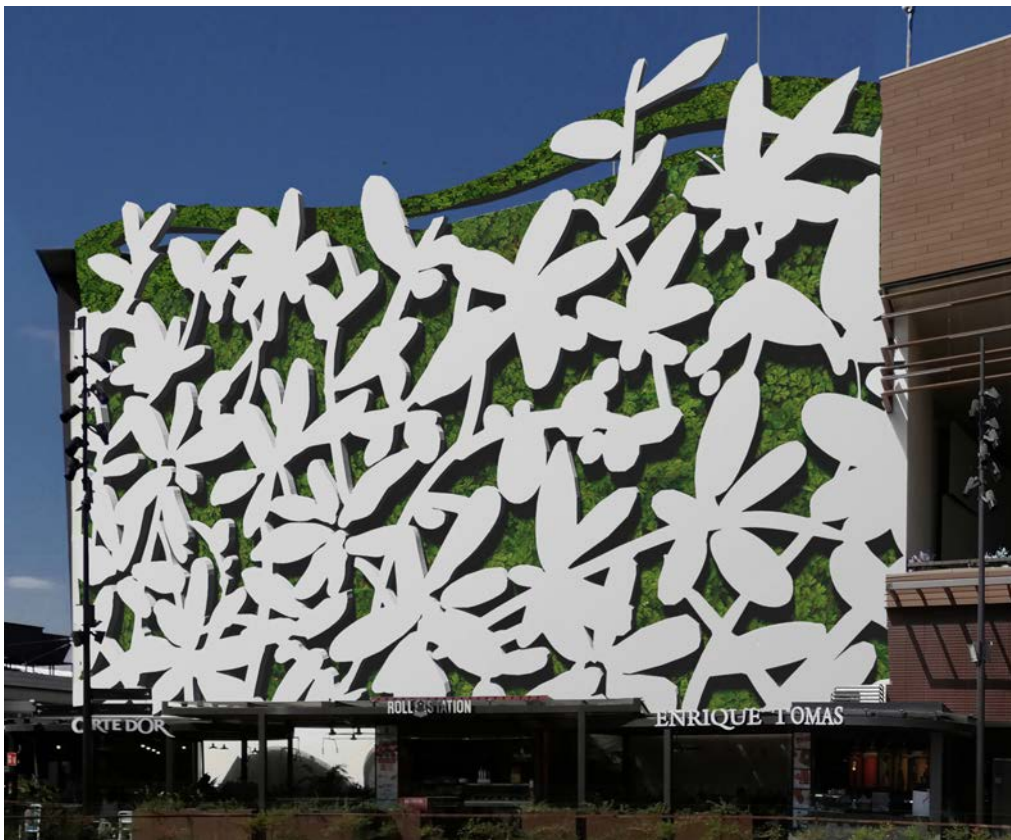




En fait, avec l'avènement de l'expérience, **le commerce de détail devient un pôle d'attraction secondaire** pour de nombreux centres commerciaux. Les clients viennent à un spectacle, une activité intéressante, une attraction passionnante, pour se promener ou passer la journée et, pendant qu'ils sont là, pour acheter.

Les technologies de l'information sont également un facteur important dans la transformation des centres commerciaux. Le défi pour ces derniers et leurs locataires est de **combiner la facilité d'achat en ligne avec la sensation et l'ambiance de l'expérience physique du magasin**. La technologie offre des solutions pour relever ce défi avec succès.

La technologie dite des balises est utilisée pour informer les clients des centres commerciaux sur les promotions et les événements. La technologie peut même les diriger vers des produits spécifiques et des promotions immédiates en magasin. De plus, les fonctionnalités des smartphones sont intégrées dans l'accès à l'inventaire de chaque magasin. En outre, la collecte de données sur les habitudes d'achat des clients leur permet de **surveiller leur comportement et d'adapter l'expérience d'achat à leur convenance**. Enfin, un écran tactile bien placé permet aux acheteurs de visualiser des cartes en 3D du centre commercial, de rechercher les horaires des événements, les services, les réductions, ainsi que de s'orienter et de télécharger les indications pour se rendre dans les magasins. Bien sûr, les stations de recharge pour appareils mobiles se banalisent également.



En bref, ces nouvelles tendances impliquent des investissements dans les aspects suivants :

- 1.- Intégrer de multiples options de restauration, de divertissement et de loisirs dans le centre commercial.
- 2.- Donner à l'architecture un design saisissant qui restera dans la mémoire des consommateurs et qui gravera dans leur esprit le nom de la marque du centre commercial.
- 3.- Proposer une conception architecturale des espaces communs, des places et des couloirs du centre commercial, qui permette de multiplier les points de convergence et d'impliquer les consommateurs avec un sentiment de grandeur.
- 4.- Incorporer des espaces résidentiels et de travail, des appartements et des bureaux, ainsi que des parkings, pour donner un but aux centres commerciaux, créer des synergies et les ériger en installations confortables.
- 5.- Mettre en œuvre des paris forts et décisifs sur les nouvelles technologies, la numérisation et l'espace virtuel.

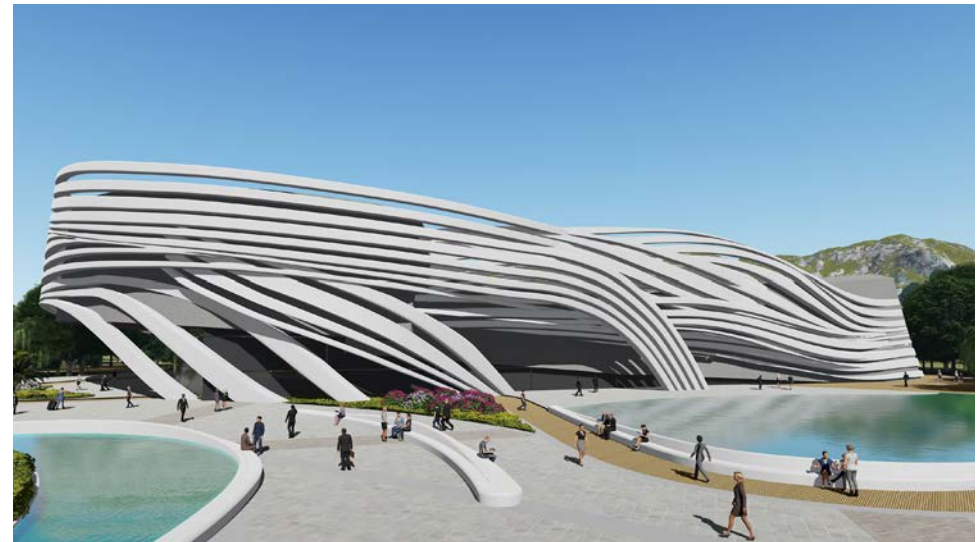


SOLUTIONS

Amusement Logic propose des solutions pour les centres commerciaux dans tous ces domaines.

Nous pouvons nous en occuper en tout ou en partie.





LE TOUT



Amusement Logic peut développer le [projet de centre commercial](#) de l'idée à la construction finale : [conception](#), avant-projet, projet d'exécution, préparation de la documentation pour les investisseurs, design d'intérieur, sélection du mobilier et des finitions, [intégration](#) des marques, étude et développement de [prototypes](#), gestion de projet... et aussi génie civil, plomberie et VRD, [installations électriques](#) haute et basse tension et de secours, [éclairage](#) intérieur et extérieur, surveillance (alarmes, cctv, etc.), [domotique](#) et communications, [numérisation](#), [gestion et entretien](#)...



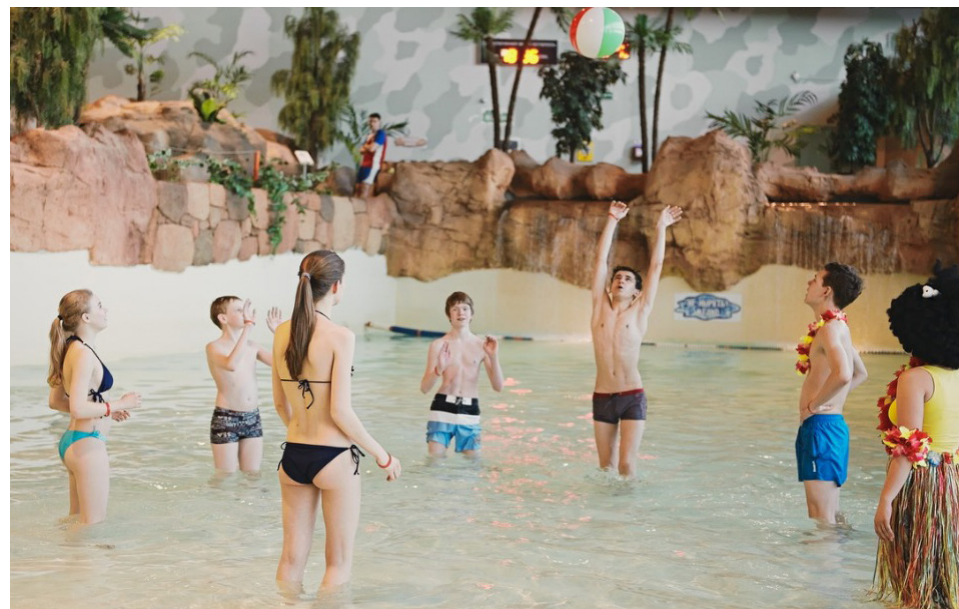


LA PARTIE

Pour les zones existantes du centre commercial, nous pouvons vous proposer la conception, la fourniture et l'installation d'**aires de jeux pour tous les âges**, avec ou sans installations aquatiques, ainsi que des circuits d'aventure, des bassins de plongée, des canyons, des trampolines, des aquariums, etc. Nous nous occupons également de la conception et de la construction d'**espaces de restauration**, de **zones commerciales**, d'**espaces communs**, de **places** et de **points de rencontre**...

Notre **technologie 3DTECH** est également une solution rapide et économique pour la **rénovation de toute structure architecturale** existante, de façades, d'entrées, de passages..., ou l'exécution de **conceptions spectaculaires**.

...Mettez-nous à l'épreuve, vous verrez que **rien ne nous échappe!**





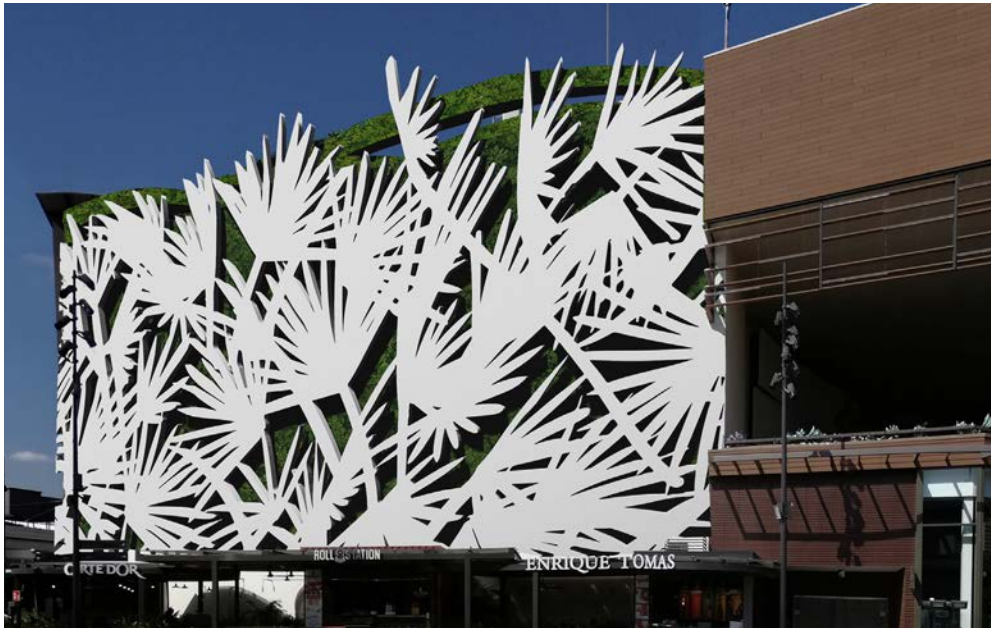












RÉFÉRENCES EN 12 PAYS!!





Calle dels Velluters, 2 Polígono Industrial Vara de Quart
46014, Valencia (Espagne)
Tel: +34 961 581 614 ; Fax: +34 961 565 346

www.amusementlogic.fr
info@amusementlogic.es