

Paris, le 27 septembre 2016

**LE RENOUELEMENT DE LA CONCESSION DU JARDIN
D'ACCLIMATATION EST ATTRIBUÉ AU GROUPEMENT
LVMH – COMPAGNIE DES ALPES PAR LA VILLE DE PARIS**

Le Conseil de Paris du 26 septembre a attribué, à une très large majorité, la concession du Jardin d'Acclimatation au groupement constitué à 80% par le groupe LVMH, qui en assurait la gestion depuis 1984, et à 20% par la Compagnie des Alpes, acteur majeur dans le domaine du développement et de la gestion de parcs à thèmes. Cette nouvelle concession est accordée pour 25 ans, sur la base d'un projet particulièrement ambitieux.

Celui-ci repose à la fois sur un respect absolu de la tradition, de l'image et de l'identité du plus ancien parc d'attractions de France, tel qu'il a séduit des générations de visiteurs depuis le Second Empire, mais aussi sur **un très vaste programme de modernisation et de diversification de ses activités, de restitution et d'embellissement de ses paysages, de rénovation de son patrimoine**. Cette double dynamique donnera une dimension nouvelle à ce lieu unique à Paris, en accélérant un processus de transformation déjà engagé depuis l'implantation de la Fondation Louis Vuitton. 18 attractions seront créées (dont 9 gratuites) et 26 attractions existantes seront rénovées.

Dans une fidélité totale à la mission de service public dévolue au parc, le programme pédagogique des ateliers sera étoffé, tenant compte de l'apport des nouvelles technologies, des événements sportifs et culturels proposés, l'accessibilité à tous favorisée et l'offre de restauration repensée pour satisfaire le plus grand nombre.

L'ensemble de ces évolutions demeureront fidèles à **l'esprit d'origine du Jardin**. Son patrimoine architectural Napoléon III, un des plus importants et des plus cohérents de la capitale, sera mis en valeur, tandis que les grandes perspectives historiques tracées à la création du Jardin par le paysagiste Barillet-Deschamps seront restaurées. Les 250 emplois actuels du Jardin seront conservés ou augmentés, tandis que de meilleures conditions de travail seront matérialisées par la création d'un bâtiment rassemblant bureaux et ateliers, mais aussi vestiaires, restaurant d'entreprise et locaux sociaux.

Le Jardin d'Acclimatation participera ainsi pleinement à **l'attractivité de Paris et de sa région**. Avec un objectif de 2,5 millions de visiteurs annuels, il contribuera notamment au rayonnement de la ville, tant vers les Parisiens que vers les touristes auxquels il sera davantage ouvert. « *Le programme présenté pour le Jardin d'Acclimatation est à l'image des valeurs de LVMH : innovant mais respectueux de son héritage* » souligne Bernard Arnault, Président-directeur général du groupe LVMH.

C'est avec la Compagnie des Alpes, filiale de la Caisse des Dépôts, que le Jardin d'Acclimatation s'est associé pour perfectionner son offre. « *Je me félicite que la Compagnie des Alpes puisse apporter toute son expertise et être associée à ce très beau projet dont nous partageons pleinement l'ambition* » explique Dominique Marcel, Président-directeur général de la Compagnie des Alpes. Ce partenariat permettra à LVMH, leader mondial du luxe, de s'appuyer sur le savoir-faire du premier opérateur français de parcs de loisirs.

À propos de LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & Spiritueux au travers notamment des Maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Domaine du Clos des Lambrays, Château Cheval Blanc, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Wenzel, Belvedere, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton et Bodega Numanthia. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Céline, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood et Loro Piana. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Parfums Kenzo et Parfums Loewe ainsi que d'autres sociétés de cosmétiques à fort potentiel de croissance (BeneFit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma et Fresh). LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine et Royal Van Lent. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bulgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred, Hublot et De Beers Diamond Jewellers Ltd, une joint-venture créée avec le premier groupe diamantaire du monde.

