

Après la pub métissée, la langue métissée... dans l'antre de Aubry

écrit par Philippe le nordiste | 22 septembre 2019



En complément de [l'article sur la pub métissée](#) (rappelant entre autres le sketch des Inconnus sur la société métissée) je suis tombé hier sur cette PuB à un arrêt de Tram qui fait

la promotion du nouveau nom attribué au plus grand centre commercial au centre de Lille : Euralille .



Le centre vient d'être rebaptisé Westfield Euralille .

Admirez également la langue métissée. La langue Française se retrouvant reléguée tout en bas , en tout petit... quasiment indécélable.



FASHIONISTAS
& FOODISTAS
COME TOGETHER™

Westfield

EURALILLE

Passionnés de mode & passionnés de cuisine se retrouvent

CLEARCHANNEL



.

Le remplacement de langue...

.

Cerise sur le gâteau, c'est la "chanteuse" Aya Nakamura qui devait venir chanter pour ce baptême, mais elle fut déprogrammée au dernier moment.

Un titre parmi d'autres où vous pouvez constater le grand remplacement à tous les étages (ethniques , vestimentaire, vocabulaire , etc...).

De la soupe mondialiste . Quelle horreur !

Quant à Westfield... ou Lille à l'heure de la mondialisation...

Le groupe Westfield est devenu français, mais il s'est bien gardé de prendre un nom français...

***Westfield Corporation** était une entreprise australienne qui faisait partie de l'indice [S&P/ASX 50](#) avant son rachat par la multinationale française [Unibail-Rodamco](#). Elle possédait en 2018 des [centres commerciaux](#) aux [États-Unis](#) et au [Royaume-Uni](#). Elle possédait avant sa scission en 2014 des centres commerciaux en [Australie](#) et en [Nouvelle-Zélande](#). La marque Westfield appartient au groupe français [Unibail-Rodamco-Westfield](#) depuis [2017](#).*

En 2014, le groupe est scindé entre Scentre Group qui s'occupe des centres commerciaux en Australie et en Nouvelle-Zélande et Westfield Corporation qui s'occupe des centres commerciaux aux États-Unis et au Royaume Uni².

En décembre 2017, le groupe français [Unibail-Rodamco](#) annonce l'acquisition de Westfield Corporation pour un montant de 21 milliards d'euros³. Le groupe acquiert donc l'ensemble des centre commerciaux des Etats-Unis et du Royaume-Uni.

Source : Wikipedia.

.



En France, le centre situé au Chesnay (78) sera le quatrième à être baptisé sous nouvelle bannière, Westfield Parly 2, le 18 septembre 2019.

Le déploiement de la marque Westfield en Europe continentale avait été annoncé lors de l'acquisition de Westfield par [Unibail-Rodamco](#) en 2018 pour former Unibail-Rodamco-Westfield, « *le premier créateur et opérateur global de centres de shopping de destination* ». Le groupe révèle aujourd'hui le nom et le calendrier des dix premiers centres de shopping qui bénéficieront de la marque. Tout démarre en septembre 2019, hormis deux autres projets de développement les prochaines années.

Les sept centres français concernés

En France, le calendrier concernant 7 centres est le suivant. Westfield Les Quatre Temps ouvrira la marche le 12 septembre 2019. Suivront Westfield Forum des Halles, le 13 septembre ; Westfield [Vélizy 2](#), le 14 septembre ; Westfield Parly 2 le 18 septembre ; Westfield Carré Sénart, le 19 septembre ; Westfield Euralille le 20 septembre ; et Westfield Rosny 2, le 21 septembre.

Suite en Pologne, République Tchèque, Suède...

Le «*renaming*» concerne aussi trois centres hors-France. Le 25 septembre 2019, Westfield Arkadia apparaîtra à Varsovie en Pologne. Suivi de Westfield Chodov, le 26 septembre à Prague en République Tchèque ; et Westfield Mall of Scandinavia, le 28 septembre à Stockholm en Suède. Les deux projets en développement sont Westfield Mall of the Netherlands près de La Haye aux Pays-Bas, livré en 2020, et Westfield Hamburg en Allemagne, prévu pour 2022. Une campagne de marketing et de communication sera lancée en septembre 2019 pour accompagner le déploiement de la marque sur l'ensemble des pays dans les médias traditionnels (cinéma, TV et presse) et digitaux, ainsi que sur les réseaux sociaux.

Marque signature

Le groupe précise que *« ces centres partagent plusieurs caractéristiques. Ils sont déjà de véritables destinations, avec une localisation et une accessibilité excellentes, une grande qualité d'architecture et de design, une offre d'enseignes optimale, une qualité de service reconnue, la capacité à proposer des événements emblématiques, et des pratiques exemplaires en matière de RSE »*. Et se souligner *« Westfield est la seule marque véritablement mondiale du secteur. Elle est la marque signature pour les centres les plus emblématiques tels que Westfield London et Westfield Stratford City à Londres, Westfield Century City et Westfield UTC en Californie, ou Westfield World Trade Center à New York »*. Le déploiement de la marque sur les centres de shopping de destination phares d'Unibail-Rodamco-Westfield intervient *« au moment où les visiteurs expriment de nouvelles attentes et cherchent de plus en plus à vivre des expériences sensorielles et émotionnelles, au-delà du simple shopping »*.

Lady Gaga, Rita Ora, Rihanna ou John Legend

Les événements sont la signature des centres Westfield. Des artistes de renommée internationale tels que Lady Gaga, Rita Ora, Rihanna ou John Legend se sont déjà produits au sein des centres Westfield aux Etats- Unis ou au Royaume-Uni, et des avant-premières mondiales ou européennes de films tels que *« Casse- Noisette et les Quatre Royaumes »*, *« Iron Man 2 »* ou *« The Avengers : l'ère d'Ultron »* y ont été organisées. Des événements seront proposés pour célébrer le lancement de la marque Westfield en Europe continentale, puis de manière régulière après le lancement.

Une plateforme internationale pour le développement des enseignes

Christophe Cuvillier, Président du directoire d'Unibail-Rodamco-Westfield, déclare : *« Capitaliser sur Westfield, la seule marque mondiale dans notre secteur, va renforcer la valeur et le positionnement de nos centres de shopping de destination en Europe continentale. Soutenu par une campagne marketing originale et des événements exceptionnels, son déploiement fera de nos centres des lieux de shopping uniques pour nos clients et offrira une plateforme internationale inégalée pour le développement des enseignes »*.

Le calendrier européen du déploiement

<https://www.lsa-conso.fr/dix-centres-commerciaux-sous-bannieres-westfield-en-septemb>

[re-2019,323181](#)