

**APPEL A PROJET  
ETUDE ET AMENAGEMENT D'UN ESPACE SERVICIEL  
AU CŒUR DU PROJET STEEL**

**SOMMAIRE**

- 1. Contexte**
- 2. Objet de l'appel à projet**
- 3. Le positionnement marketing et le fil rouge design de STEEL**
- 4. La mission du designer**
- 5. Contraintes à prendre en compte**
- 6. Expertises attendues**
- 7. Modalités de l'appel à projet et livrables**
- 8. Planning**
- 9. Budget**
- 10. Critères de sélection**



## 1. CONTEXTE

---

### **Le maître d'ouvrage :**

**Apsys**, foncière de développement : concepteur, investisseur, promoteur, gestionnaire.

Spécialiste des opérations urbaines complexes, Apsys conçoit, réalise et anime des lieux iconiques qui rendent la ville et la vie plus belles. Foncière de développement présente en France et en Pologne depuis 1996, Apsys gère un portefeuille de 33 centres commerciaux (parmi lesquels Beaugrenelle, Manufaktura et Posnania, tous trois lauréats du prix ICSC du meilleur centre commercial européen, et Muse, îlot multi-fonctionnel au coeur de Metz) et pilote 6 projets en développement dont Bordeaux Saint-Jean, opération de « haute-couture urbaine » et Steel projet d'entrée de ville iconique à Saint-Etienne. Apsys Lab, notre incubateur d'idées, réunit des passionnés d'innovation qui analysent l'ADN des lieux et anticipent les tendances émergentes, façonnant ainsi la ville, le commerce et l'expérience clients de demain.

### **Le projet STEEL:**

**Steel** est un nouveau retail park (lieu de shopping et de loisirs à ciel ouvert) qui ouvrira au Printemps 2020, situé dans le quartier de Monthieu, à quelques minutes du centre-ville de Saint-Etienne et au sein de la principale entrée de ville, sur une zone commerciale référente (Ikéa, Géant Casino...).

L'architecture du projet (inspirée par les lignes du paysage stéphanois), son design iconique (résille habillant la toiture du bâtiment) et ses espaces généreux en feront un lieu spectaculaire sur le plan visuel. Rayonnant sur une zone de chalandise de près de 500 000 habitants à 30 min, Steel s'adressera à une cible large et familiale et plus précisément :

- Les Familles : satisfaire les besoins de toute la famille, passer un bon moment avec les enfants, profiter d'une offre loisirs pour tous les âges et pour tous les goûts
- Les Ados / Jeunes adultes : découvrir de nouvelles tendances et des marques inédites, disposer d'un « QG » à leur image, pratiquer des loisirs fun et inédits
- Actifs / Riverains : profiter d'une offre de proximité, pratique et structurée (shopping, restauration)
- Visiteurs de St-Etienne : visiter LA destination shopping et loisirs référente sur le plan local. Découvrir une « nouvelle oeuvre design » dans la ville du design !

STEEL proposera un mix de commerces, restaurants, loisirs indoor/outdoor au cœur d'un parc urbain rythmé par des espaces de vie conviviaux (sportifs ou ludiques) et des espaces verts généreux.

## Projet d'aménagement de la ZAC Monthieu :



### Les éléments clés du site :

- Au cœur d'un quartier en pleine transformation (l'Établissement Public d'Aménagement de Saint Etienne requalifie cette entrée de ville pour en créer un nouveau pôle attractif composé de plusieurs projets : 240 logements, 18 000 m<sup>2</sup> d'équipements sportifs, 20 000 m<sup>2</sup> de pôle PME/PMI...)
- Un terrain de 15,8 hectares (situé sur les communes de Saint-Etienne et Saint-Jean-Bonnefonds)
- 70 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher
- 52 500 m<sup>2</sup> de surface de vente
- 60 moyennes surfaces et boutiques autour de 3 univers :
  - La maison, la déco et le bricolage : Leroy Merlin, Boulanger, Flying Tiger Copenhagen
  - L'équipement de la personne, la mode, la beauté : Orchestra Prémaman, Décathlon, Kiabi, Chaussea, Mango
  - Les loisirs et les restaurants : Old Wide west, Woko
- 37 000 m<sup>2</sup> d'espaces verts aménagés : un véritable parc urbain aménagé avec des lieux emblématiques dont le Cube fait partie : un espace trotinette park de 500m<sup>2</sup>, une place centrale qui accueillera une fontaine et une aire de jeux pour enfants bordé de terrasses de cafés et restaurants. Des bulles de détente équipés de jeux, aire de repos, balançoires, tables de ping pong...
- 1 800 places de parking gratuites
- Au cœur des flux et sur un emplacement ultra stratégique, le long de l'A72 et à proximité de l'A47
- Une architecture et un design spectaculaires, inspirés du paysage stéphanois

## 2. OBJET DE L'APPEL A PROJET

L'appel à projet porte sur la réflexion, l'aménagement et la scénographie d'un espace serviciel accueillant les visiteurs, se situant au cœur du projet STEEL.

Localisation de l'espace





Cet espace nommé « LE CUBE » sera le lieu d'accueil des visiteurs de Steel. Il est souhaité à la manière d'un « tiers lieu », un lieu à vivre aux usages et fonctions mixtes variant selon les heures de la journée, les jours de la semaine et la typologie de visiteurs.

L'ambition est de créer un lieu INTERGÉNÉRATIONNEL & MULTI-USAGES

- Pour jouer, développer sa créativité (enfants)
- Pour « chiller » (ados)
- Pour travailler (actifs, étudiants)
- Pour se reposer, lire (parents, grands -parents)
- Pour accueillir les visiteurs et les faire bénéficier de services

A noter que ces usages ne cohabiteront pas tous en même temps.

C'est un espace rectangulaire, en grande partie vitré, ce qui permet de rendre visible depuis l'extérieur ce qui se passe à l'intérieur.

Caractéristique technique de l'espace :

- Surface plancher 240m<sup>2</sup>
- Des toilettes composent l'intérieur sur une surface de 85m<sup>2</sup>
- Surface à travailler pour l'espace 155m<sup>2</sup>
- Taille : 24m de long (dont 11m totalement vitré) sur 10 m de large
- Hauteur sous plafond : 3.30m



Les espaces extérieurs autour du CUBE pourraient être investis aux beaux jours pour faire sortir une partie de la programmation ou des usages. Il est demandé d'imaginer l'aménagement saisonnier de ces espaces.

Une signalétique intérieure spécifique au lieu sera nécessaire pour identifier et faire comprendre les usages.

### 3. LE POSITIONNEMENT MARKETING DU PROJET ET LE FIL ROUGE DE STEEL

---

Apsys a l'ambition de faire de **Steel un lieu stimulant pour les Stéphanois** :

- un lieu qui répondra à **l'ensemble des envies et des besoins** : tous les univers, pour tous les styles et pour tous les âges.
- un lieu où les visiteurs vivront **une expérience agréable et conviviale**
- un lieu qui se veut simple et chaleureux
- un lieu esthétique et design, **emblématique du nouveau positionnement de la ville.**

#### ➔ **Le positionnement marketing de STEEL se traduit par le concept : ACTIVE SHOPPING RESORT**

Le « shopping resort » tel que nous l'imaginons se caractérise par un lieu généreux, distrayant et paysager. Ce terme, emprunté à l'univers du tourisme, évoque un lieu de destination qui au-delà du shopping promet aux visiteurs une expérience divertissante.

#### **ACTIVE => Expérience**

- Une ambiance vivante et stimulante
- Un parcours client rythmé et plein de surprises et d'espaces / équipements à s'approprier (dont le Cube fait partie)
- Lieu de sortie et de divertissement (en journée et en soirée)
- Des enseignes qui poussent à l'action (ex: Fablab Leroy Merlin, Ateliers créatifs ...)

#### **RESORT => Lieu**

- Une destination attractive et familiale
- Des espaces généreux et paysagers
- Des loisirs et des jeux
- Un « Must See » de la ville

#### Les valeurs de Steel :

Dynamisme, simplicité, partage, esthétisme

#### Les cibles :

Un lieu multi-cibles et fédérateur qui vise notamment : les familles, les ados / Jeunes adultes, les actifs / Riverains, les visiteurs de St-Etienne

#### ➔ **Le fil rouge**

#### Il se traduit par 5 critères d'expérience client :

Généreux, Récréatif, Surprenant, Humble & sincère, Participatif & engageant

#### 4. LA MISSION DU DESIGNER

---

**Apsys souhaite travailler avec un designer ayant une double compétence en design d'espace et design de services/usages (possibilité de constituer un groupement) pour accompagner nos équipes sur la définition et la mise en œuvre de cet espace** selon les attentes décrites ci-après et en lien avec les usages cités précédemment :

##### Fonctions attendues et équipement :

- Un accueil (une hôtesse sera présente en continu pour l'accueil des visiteurs- 10h/19h). L'hôtesse pourrait être amené et réaménager l'espace en fonction des usages et de la temporalité pour accueillir telle ou telle programmation selon les jours.
- Un espace ludique pour les enfants (jeux, livres, pouf/assises et table permettant d'organiser des ateliers créatifs pour une 10 aine d'enfants, placards de rangement matériel et petits vestiaires)
- Un espace avec de grandes tables de travail
- Un espace repos, détente, lecture (quel mobilier et équipement ?)
- Des sanitaires : aménagement en terme de matériaux, couleurs, équipement serviciels, lumière...

L'espace doit être pensé avec modularité pour permettre d'y accueillir différents usagers à différent moment de la journée. Ainsi un même espace pourrait être mutualisé (ex. grande table pour travailler mais aussi pour accueillir des ateliers pour enfants. NB : ces 2 usages n'auraient pas lieu simultanément).

Exemples :

Fonctions pérennes au quotidien : accueil hôtesse, espace repos, détente lecture, table de travail.

Fonction mercredi/we/certains jours de vacances scolaires : mise en avant des usages pour enfants (ateliers, espace jeux versus table de travail)

L'espace repos, détente peut être maintenu pour les adultes, au côté de l'espace ludique pendant que les enfants jouent.

Importance de créer des espaces de stockage pour le matériel et les équipements en cas de non utilisation.

##### Missions et périmètre

- Phase conception
- Dossier PRO
- Suivi des travaux (avec engagement de respect du budget à max 2%)

## 5. CONTRAINTES A PRENDRE EN COMPTE

---

- Respect du positionnement et du fil rouge design
- Modularité dans l'aménagement du lieu
- Toilettes : composer avec la présence des toilettes au sein de l'espace (cf. plan)
- Espace d'accueil avec hôtesse positionnée plutôt à l'entrée (pour éviter que les visiteurs aient à traverser l'espace pour s'informer auprès de l'hôtesse et pour permettre le contrôle de l'accès si nécessaire).
- Maintenir la transparence de l'enveloppe telle qu'imaginée par les architectes.

## 6. EXPERTISES ATTENDUES

---

- Expertise en design d'espace et design de services, identité visuelle et signalétique.
- Connaissance du secteur retail (aménagement de boutiques, café, espace co-working, etc...)
- Références probantes sur la conception et l'aménagement d'espaces similaires.
- Capacité à rédiger un cahier des charges pour les fournisseurs et un suivi d'exécution.
- Capacité de gestion de projet : travail en concertation avec les équipes projet Apsys, respect des plannings, des contraintes et des budgets.

## 7. MODALITES DE L'APPEL A PROJET ET LIVRABLES

---

Cet appel à projet se déroule en 3 phases :

- **1<sup>ère</sup> phase : diffusion de l'appel à projet**

Pré-sélection sur dossier devant impérativement comporter :

- Une note d'intention et vision du projet
- Une note méthodologique précisant la compréhension des attentes, les modalités de mise en œuvre retenues et les livrables fournis
- Un book de références pour des réalisations similaires (espace publique type tiers lieux, boutique, café, co working ...)
- Un moodboard des idées préliminaires imaginées par l'équipe
- Une offre financière estimative (dont % de rémunération)
- CV du designer ou du groupement

A l'issue de la pré-sélection des dossiers, une short list sera établie.

- **2<sup>e</sup> phase : sélection de 3 dossiers pour la shortlist**

Rencontre avec les designers short listés et brief final

Les designers auront environ 4 semaines pour produire un projet détaillé, dont les livrables seront les suivants :

- Une ambiance globale : moodboard aspirationnel, description de l'ambiance et de l'orientation design, planche tendance (couleurs, matériaux, lumière)
- Plans, croquis, esquisses
- Budget préliminaire à 10 % d'aléas

NB : Les designers non retenus à l'issue de cette phase finale seront dédommagés à hauteur de 2000€.

Le Maître d'Ouvrage se réserve le droit de réduire ce montant d'indemnisation si les livrables demandés ne sont pas complets.

- **3<sup>e</sup> phase : étude du dossier et soutenance pour désigner le lauréat**

**Pour chaque espace, le designer retenu devra définir**

Un dossier de plans, coupes, élévations niveau APD + descriptif + estimatif PRO à 2% comprenant plans 1/20°, détails 1/5° & 1/2

- Le traitement des murs, sols et plafonds
- Un aménagement précis, dans le cadre de l'espace défini : emplacement des mobiliers, éléments décoratifs etc...
- Les références de mobilier à sourcer : assises, chaises, rangements, etc... et propositions de personnalisation du mobilier
- Les éléments décoratifs : objets, œuvres d'art, peintures, fresques, prises de parole...
- La mise en lumière du lieu : emplacement des luminaires techniques et décoratifs, types et références des luminaires
- La sonorisation du lieu : emplacements et types de sonorisation
- La signalétique
- Un chiffrage correspondant aux propositions

## **8. PLANNING**

---

Diffusion de l'appel à projet : semaine 17

Date limite d'envoi des dossiers de réponse : 21/05

Pré-sélection : semaine 22

Rencontre et brief détaillé avec les designers sélectionnés : semaine 23

Soutenance des designers en short list: semaine 27

Choix final : semaine 28

## **9. BUDGET**

---

Le montant global pour l'aménagement et la scénographique du lieu s'élève à 150k€ HT (honoraires designer inclus). Le designer (ou le groupement) proposera un montant de rémunération sur la base de ce budget.

NB : toute proposition budgétaire dépassant cette somme ne sera pas étudiée. Le designer s'engage lors de la phase 3 sur un budget à 2% d'aléas.

Le budget comprend la cession des droits d'auteur au commanditaire.

## 10. CRITERES DE SELECTION

---

- Adéquation des solutions proposées avec le programme / le lieu et ses usages : 30%
- Respect du budget : 20%
- Créativité / Originalité : 20%
- Durabilité des solutions proposées : 15%
- Faisabilité du projet en respect du planning : 15%