

Apsys renforce le mix de ses actifs clés et poursuit sa stratégie volontariste en matière de commerce éphémère

Malgré un contexte économique et sanitaire difficile, Apsys a renforcé le mix de ses « trophy assets », Beaugrenelle, Muse et Steel, via la signature d'enseignes emblématiques et d'activités complémentaires. Autre axe fort de sa stratégie de commercialisation et de programmation : le développement constant de son activité de specialty leasing. Au total, une trentaine de marques ont ouvert des pop-up stores dans son patrimoine sur l'année 2020.

Muse, qui a accueilli Stradivarius en septembre et Zara en décembre (ces deux enseignes phares du groupe Inditex venant rejoindre Bershka, présente à Muse depuis l'ouverture du centre en 2017), verra son mix de marques mode et lifestyle encore renforcé par l'arrivée de New Yorker (sur 1400 m2) au printemps. Muse conforte ainsi son statut de destination mode référente sur toute la Lorraine, tant pour les consommateurs que pour les enseignes. Curateur des plus belles marques, **Beaugrenelle Paris** a accueilli fin novembre le flagship de la marque de cachemires From Future et s'apprête à accueillir Livy, De Fursac et Mauboussin. Précédemment, l'épicerie fine Petit Plisson avait déjà rejoint Beaugrenelle au printemps. Dernier né de la foncière, **Steel**, qui a ouvert ses portes en septembre à Saint-Etienne avec un taux de commercialisation record de 98%, a accueilli 1,5 million de visiteurs en moins de 3 mois d'ouverture effective (confinement oblige) et vient de signer avec Snipes (enseigne inédite à Saint-Etienne).

Autre axe fort de la stratégie de commercialisation et de programmation d'Apsys, **le développement de son activité de specialty leasing et pop-up stores** qui s'illustre notamment par la création permanente de nouveaux produits adaptés aux nouvelles attentes des consommateurs et des commerçants (boutiques clés en main dédiées au commerce éphémère, kiosques, modèles hybrides, offres média...). **Steel** propose ainsi cinq boutiques aménagées et modulables de 20 m2, localisées au cœur du site, pour les marques et créateurs désireux de s'installer de manière éphémère à Saint-Etienne et Steel. Ces cinq pop-up stores, commercialisées depuis l'ouverture de Steel pour une durée de 6 à 12 mois, viennent enrichir la programmation permanente de Steel avec des activités complémentaires (cosmétiques au lait d'ânesse bio, épicerie fine, accessoires de téléphonie, bijoux et accessoires italiens, location de voitures télécommandées pour enfants). Au total, grâce à son offre produit pensée pour le commerce éphémère, Apsys a accueilli une trentaine de marques en pop-up stores : marques créateurs, DNVB et enseignes plus établies. Parmi elles : les lunettes design Izipizi, les bijoux et accessoires personnalisables Les Georgettes, les cosmétiques sur-mesure haut de gamme Codage, les objets déco DIY Agent Paper... La marque Cabaïa a, elle, pris possession de la boutique éphémère de Beaugrenelle, The Collection by, sur toute l'année en faisant évoluer son offre au fil des saisons (serviettes de plage, bonnets, chaussettes, sacs).

A propos d'Apsys :

Acteur passionné de la ville et du commerce depuis 25 ans, Apsys conçoit, réalise, anime et valorise des lieux de commerce iconiques et des projets urbains mixtes qui font vibrer la ville. Parmi ses réalisations emblématiques, Beaugrenelle (moteur de la métamorphose du quartier du Front de Seine à Paris) ou Muse (création d'une nouvelle polarité urbaine mixte à Metz) et, en cours de développement, Steel (requalification de la principale entrée de ville de Saint-Etienne), Bordeaux Saint-Jean (création d'un quartier urbain idéal), Neyrpic (création d'un lieu de vie et d'échange sur une friche industrielle), le 10 Solférino (requalification du siège historique du PS). En savoir plus : www.apsysgroup.com.

Contacts presse :

Agence Shan

Laetitia Baudon-Civet, Directeur conseil

Laura Nhari, Consultante senior

apsys@shan.fr

+33(0) 7 64 44 26 19