

Apsys adopte une nouvelle identité en phase avec son positionnement urbain

Apsys se dote d'une nouvelle identité, moderne et mobile, pour mieux exprimer son savoir-faire et son ambition : faire vibrer la ville ! Cette identité forte et audacieuse, conçue avec l'agence Matador, vise à soutenir et accompagner son positionnement toujours plus urbain et sa stratégie de diversification à toutes les fonctions qui constituent la ville.



Acteur passionné de la ville et du commerce depuis 1996, Apsys est un expert des opérations urbaines complexes et a fait preuve d'un esprit pionnier en matière de programmations mixtes, en associant, selon les sites, commerces, logements, bureaux, hôtels, musées, espaces publics... Des réalisations emblématiques comme Manufaktura (à Lodz en Pologne), réhabilitation d'anciennes usines textiles, Beaugrenelle, moteur de la requalification du quartier du Front de Seine à Paris, Les Rives de l'Orne (à Caen) et Muse (à Metz), créations de centralités urbaines mixtes, attestent de ce savoir-faire urbain et de la capacité d'Apsys à générer un impact positif pour les territoires et les hommes qui y évoluent. Nos projets en cours parmi lesquels le 10 Solférino, requalification de l'ancien siège du PS, Neyrpic, transformation d'une friche industrielle grenobloise en lieu de vie, d'échange et d'expérience, et Bordeaux Saint-Jean, création d'un quartier urbain idéal (mixte, inclusif, vivant et vertueux) entre la Gare et la Garonne, s'inscrivent pleinement dans cette dynamique.

Afin de mieux exprimer cette valeur ajoutée urbaine et d'accélérer sa stratégie de diversification à toutes les fonctions qui font la ville, Apsys adopte une nouvelle identité, basée sur une **plateforme stratégique forte** : « Faire battre le cœur des hommes et des villes » (« We make people's and cities' hearts beat » en anglais).

Cette nouvelle identité, conçue avec Matador, l'agence des lieux, repose sur plusieurs vecteurs :

- **Un logo simplifié** (en flat design), plus agile et pluriel (développé en 4 couleurs), en phase avec un champ d'action élargi à toutes les fonctions de la ville
- **Une nouvelle signature** : « faire vibrer la ville » (« making cities vibrate » en anglais). Celle-ci, parti-pris fort, est proclamée avec force : présentée en majeure par rapport à la marque
- **Le principe graphique de l'effet d'ondes** pour exprimer symboliquement l'idée de vibration et la valeur ajoutée induite par les réalisations d'Apsys
- **Une nouvelle campagne de publicité**, qui, comme toujours dans les réflexions et les communications d'Apsys, met les femmes et les hommes au cœur.

« *Notre nouvelle identité de marque illustre pleinement notre savoir-faire et notre ambition : créer et animer des projets urbains « cousus-main » qui font vibrer la ville* » déclare Eléonore Villanueva, Directrice Marketing et Communication d'Apsys.

- Visuels sur demande -

A propos d'Apsys :

Foncière de développement créée en 1996, Apsys conçoit, réalise et anime des lieux de commerce iconiques et des projets urbains mixtes qui font vibrer la ville. Parmi ses réalisations emblématiques, Manufaktura, Beaugrenelle, Posnania et Muse, tous lauréats du prix ICSC du meilleur centre commercial européen. A fin juin 2019, Apsys gère un portefeuille de 34 actifs en France et en Pologne (valorisés à 4,4 milliards d'euros), en détient 22 (pour une valeur de 2 milliards d'euros) et pilote 6 projets en développement. Apsys Lab, plateforme d'innovation interne, analyse « l'ADN des lieux » et anticipe les tendances émergentes, façonnant ainsi la ville, le commerce et les usages de demain. Pour plus d'informations : www.apsysgroup.com.

Contact presse Apsys :

Agence Shan

apsys@shan.fr

Laetitia Baudon-Civet- Directeur conseil : +33(0)1 44 50 58 79