

Le K

Etude marketing et stratégique portant sur le bâtiment espace entreprises de la SEM Patrimoniale Sud Bourgogne à Chalon sur Saône– Upselling Bâtiment tertiaire.



CLIENT

SEM Patrimoniale Sud Bourgogne

ÉQUIPE

Groupe Patriarche :
Hank (PREFIG / Stratégie territoriale, Marketing)
Patriarche Creative (Communication, Marketing
Graphisme, Signalétique)
Patriarche (Architecture d'intérieur, Scénographie)
Patriarche Ingénierie (VRD)

KEYPOINTS

Upselling
Stratégie marketing
Accompagnement au développement
Design thinking
Espaces partagés
Identité graphique & spatiale
Attractivité

Fin 2017, HANK est mandaté par la SEM pour réaliser une étude de positionnement visant à renforcer la commercialité du bâtiment Espace Entreprises (bâtiment de 18 000m² anciennement utilisé pour la R&D de Kodak et transformé en hôtel d'entreprises suite à l'arrêt des activités du géant de la photographie). Notre objectif était de trouver les leviers pour faciliter la prise à bail des 13 000m² ouverts à la location.

La méthodologie Hank tient dans la réalisation d'un diagnostic de l'attractivité du bâtiment et de son environnement (zone d'activités Saoneor), des dynamiques économiques du territoire, d'une analyse du marché immobilier du Grand Chalon et d'un benchmark des bonnes pratiques sur des territoires similaires. Enfin, l'étude a permis la réalisation d'un atelier de travail avec les utilisateurs du bâtiment ainsi avec les gestionnaires et partenaires économiques du territoire.

Typologie
Bureaux, Industrie

Surface
18 000 m² de SDP

Coût de l'étude
35 000 €

Localisation
Chalon sur Saône, France

Statut
Etude en cours

Mode d'attribution
Xxxxxx

Workshop

Lors de ce dernier, nous avons réuni les utilisateurs du bâtiment pour coconstruire les pistes de solutions opérationnelles permettant de renforcer l'attractivité du bâtiment. Via des outils d'animation s'inspirant du design-thinking (personae – mise en situation, priorisation...) nous avons identifié les principaux leviers à actionner pour positionner le bâtiment à son meilleur potentiel sur le marché.

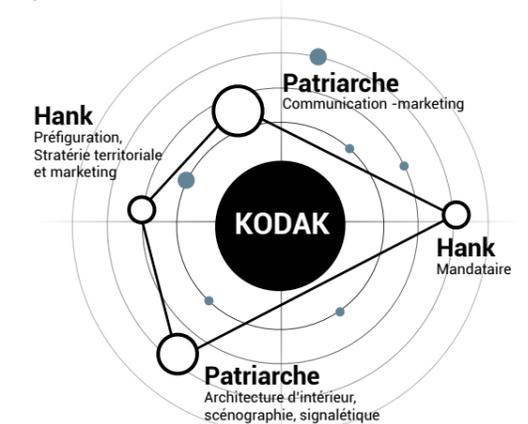


Marketing



Stratégie économique

Un temps fort de partage, l'atelier partenarial.



Design thinking

Les leviers principaux d'attractivité définis étaient les suivants : créer une identité et la déployer dans et à l'extérieur du bâtiment, faire monter en gamme l'offre par des aménagements intérieurs ciblés répondant aux nouveaux usages de travail, améliorer les abords et densifier les stationnements et densifier l'animation au sein du bâtiment.

Pour répondre à ces questions, nous avons mobilisé 5 compétences Patriarche x Hank pour fournir une réponse architecture augmentée à ces enjeux :



- Scénographie
- Communication & signalétique
- Architecture d'intérieur
- Aménagement des abords
- Design d'ingénierie

La scénographie

A travers l'élaboration d'un cahier de tendances, nous avons investigué l'identité du bâtiment par son histoire (ici en lien avec la photographie et l'univers Kodak). L'investigation des composantes graphiques et narratives nous ont permis de tracer des lignes de force permettant de révéler l'ADN du bâtiment. Ce travail structurel a servi de base aux équipes pour décliner ensuite une charte graphique, signalétique ainsi que les orientations d'aménagement intérieurs et extérieurs.

La communication et la signalétique

Une nouvelle identité graphique et verbale a été définie pour le bâtiment sur la base des lignes de force définies par le travail de scénographie. Cette dernière sera déployée de manière transversale à l'intérieur et à l'extérieur du bâtiment.

L'architecture d'intérieur

Afin de redonner de l'attractivité au bâtiment, certains secteurs ont fait l'objet d'une réflexion spatiale afin de mettre en place des aménagements qualitatifs et laissant la part belle aux nouveaux modes de travail. Ces espaces, tous communs, avaient été pré-fléchés lors de l'atelier partenarial par les utilisateurs.



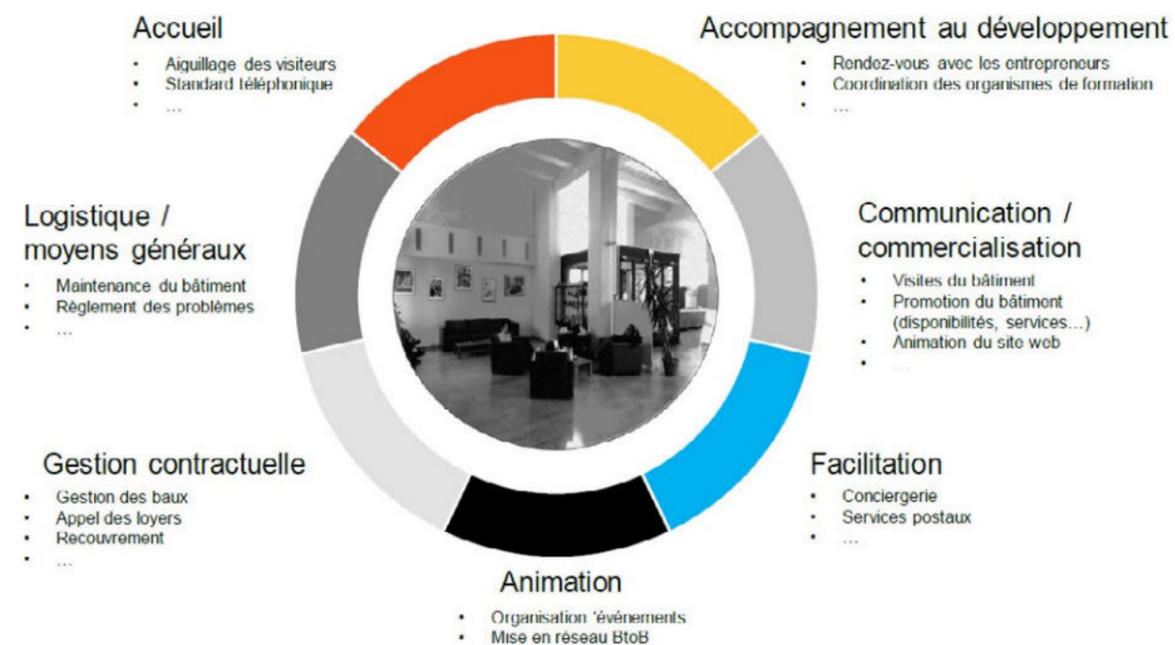
L'aménagement des abords (VRD)

Notre intervention consistait à densifier l'offre de stationnement (une demande forte des utilisateurs) et à retravailler le parvis d'entrée du bâtiment afin de le rendre fonctionnel et désirable.

Le design d'ingénierie

Un des leviers pour renforcer l'attractivité du bâtiment tenait au développement de l'animation et de la mise en réseau de l'offre et de ses utilisateurs avec son écosystème. Nous avons travaillé à l'élaboration de missions possibles pour un et au dimensionnement budgétaire de l'intégration d'un workplace manager. Notre intervention était donc complète pour régénérer le bâtiment en répondant simultanément aux enjeux hard (bâtimentaires et d'aménagement) et soft (identité, ingénierie, animation).

Nous sommes convaincus que c'est par l'usage que l'offre renforcera son attractivité. C'est pour cette raison que nous avons placé les utilisateurs au cœur du projet en mobilisant leur expérience d'usage du bâtiment.



Projection du compte d'exploitation en intégrant une charge annuelle de 28,2K euros à partir de 2020 avec une hypothèse du taux de croissance du salaire à 1% / an et un bénéfice sur les recettes de 10% par an à compter de 2022*

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Total produits	754k	757k	760k	766k	772k	778k	784k	790k	796k	802k	808k
Total charges	877k	929k	954k	978k	1 002k	1 024k	1 052k	1 080k	1 109k	1 139k	1 170k
Résultat brut	-123k	-172k	-193k	-212k	-230k	-246k	-268k	-290k	-314k	-338k	-362k

Source : compte d'exploitation SEM PAT – retraitement HANK

*Sur la base d'une hypothèse de croissance de 5% / an selon le tableau d'exploitation SEM PAT

Aménagement d'intérieur



Nous avons poussé le curseur chromatique autour de 4 teintes marquées qui s'inscrivent en contraste avec l'architecture existante.

Les monochromes permettent de créer le sentiment de bulle cohérent avec le concept de camera obscura. Des cubes immatériels colorés se dessinent dans l'espace. Chaque couleur a un rôle fonctionnel et permet de marquer les différents espaces.

Cette roue détaille les couleurs revêtements fonctionnels (mobilier, mural, sol, finitions). Chaque quart met en situation les variations de monochrome applicables par espace.

Le parti-pris intérieur vise à créer dans l'espace des scénètes facilement identifiables.



Le hall d'accueil

Le hall d'accueil est un espace identitaire fort du K. Il est divisé en différents espaces présentant des degrés de convivialité différents. Le cube et l'espace lounge permettent les échanges formels. L'espace café et éphémère favorisent les échanges informels. L'amphi est un marqueur fort du lieu ; il permet d'organiser des réunions d'information ouvertes à tous. Entre formel et informel, il représente les nouvelles formes de travail. L'accueil est digitalisé.

Les paliers

Les paliers sont composés d'un tryptique acoustique, éclairage et espaces confortables reproduits sur les différents niveaux pour assurer une homogénéité. Selon les niveaux, les teintes varient.

La cuisine partagée

La cuisine partagée du N1 joue le rôle d'espace de restauration et de convivialité dédié aux seuls locataires du bâtiment. Elle est directement connectée à la terrasse.

La terrasse

L'identité spatiale de la terrasse est intégrée au bâtiment. L'aménagement est réalisé avec des matériaux résistants. La végétation est utilisée pour créer des zones d'ombre. Du mobilier extérieur mobile de type urbain permet d'adapter le nombre de places en fonction de la météo.



Aménagement d'intérieur

En écho, l'histoire de Kodak sera évoquée par le biais de dessins, croquis, publicités ou photos par traitement graphique.

L'ancien musée Kodak est un espace à la fois empreint d'histoire et résolument tourné vers l'avenir. Afin de représenter ces deux facettes de son identité, nous avons opté pour un traitement contemporain laissant également une place de choix à des évocations du passé. C'est à travers un contraste travaillé que le lieu évoquera la duplicité de son identité.

L'esprit du projet reposera sur trois orientations d'aménagement : l'habitat, la modularité et la collaboration.

L'esprit habitat

L'esprit habitat, scandinave sera matérialisé par les luminaires en bois, les chaises qualitatives, les coques blanches et piétements en bois généralement utilisés dans l'univers privé.

L'esprit modulable & évolutif

L'esprit modulable et évolutif sera visible avec les tables type restauration 2 personnes qui peuvent s'assembler pour regrouper 4, 6 ou 8 personnes si nécessaire.

L'esprit convivial

L'esprit convivial sera évoqué par les 2 grands tables d'hôtes, qui remportent toujours un grand succès, colorées en jaune. Cette couleur vive apportera un côté décalé au restaurant tout en proposant une référence subtile au «valeur de couleur».

Les 3 grandes tables pour 10 personnes, les plateaux et chaises en bois faisant face au patio évoquent un bench d'open-space.

Ces éléments pourront être mobilisés pour offrir un lieu de travail informel alternatif aux utilisateurs du bâtiment hors plage horaire sanctuarisée pour la restauration (11h-15h).



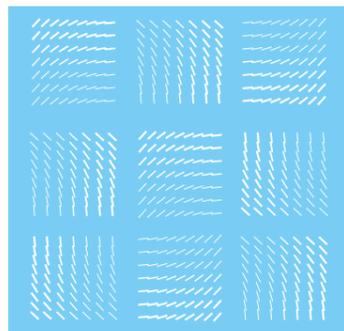
L'identité graphique

De l'univers Kodak au K : connivences et résonances

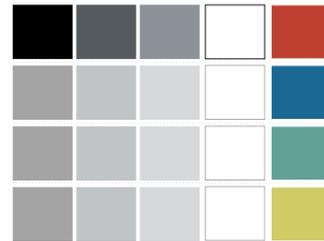
Notre posture sur le projet a consisté à établir des passerelles entre l'univers de Kodak et sa réinterprétation graphique pour l'identité du K.

Ainsi nous avons composé une charte graphique à la fois sobre et forte. L'isotype linéaire et moderne, reprend la silhouette du caractère typographique K. Cette structure dévoile les lignes obliques évoquant l'univers développé historiquement par Kodak.

Ces lignes modulables accompagnées d'une typographie singulière et d'une gamme colorimétrique travaillée donnent au K une identité graphique flexible à l'image du lieu et des services proposés aux utilisateurs.



Éléments graphiques
LA TRAME COMME IDENTITÉ



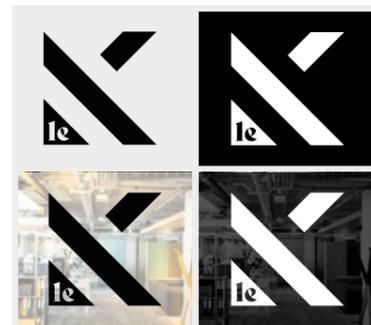
Colorimétrie

DES NIVEAUX DE GRIS
L'identité du K est basée sur une gamme chromatique composée principalement de niveaux de gris obtenus par l'addition d'une couleur supplémentaire.

COULEURS SECONDAIRES

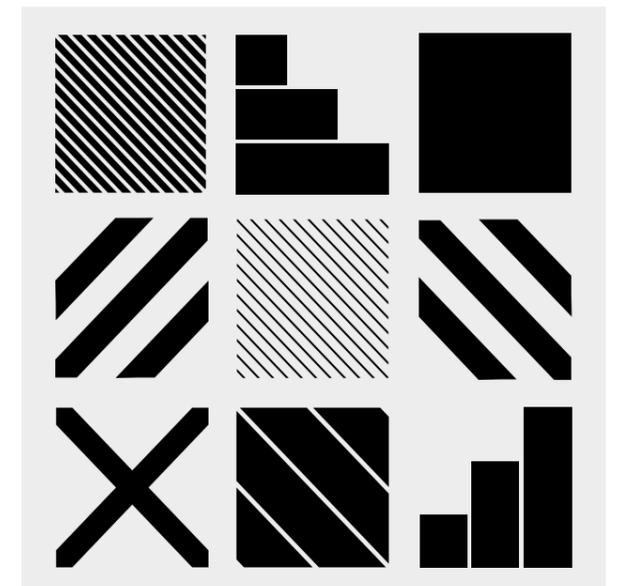


Éléments graphiques
LA TRAME COMME IDENTITÉ

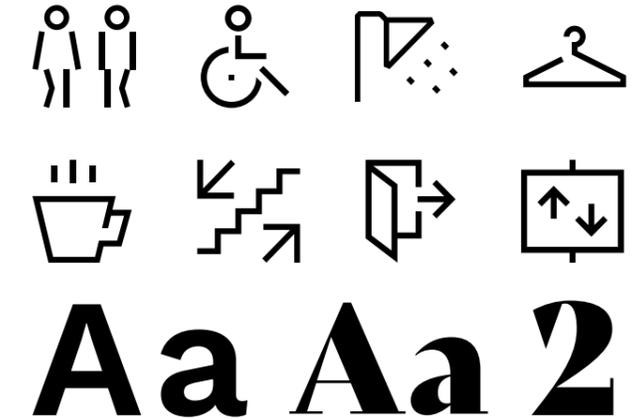


Le logo
APPLICATION SUR UN FOND

Se servir des intentions scénographiques et de l'histoire antérieure du bâtiment pour faire référence à son passé tout en proposant une identité moderne et différenciée.



Signalétique



Etat des lieux et plans de repérage

Au sein du bâtiment «le K», la prolifération des dispositifs de signalétique existants nuit à la bonne lisibilité des activités et dégrade l'espace dans lequel elles s'exercent.

Un état des lieux minutieux et un repérage détaillé ont été nécessaires afin d'identifier les différents systèmes mis en place au fil du temps.

Charte graphique signalétique

Cet état des lieux a permis de dégager un ensemble de supports signalétiques permettant de répondre aux enjeux d'orientation, d'identification et d'harmonisation.

Ainsi la charte graphique signalétique intègre la nouvelle identité graphique de l'édifice mais aussi les informations directionnelles facilitant le repérage dans l'espace : c'est un « système de guidage, d'orientation, de jalonnement et d'identification » utilisant divers outils (plan, flèches, typographie, pictogrammes, signes,...).

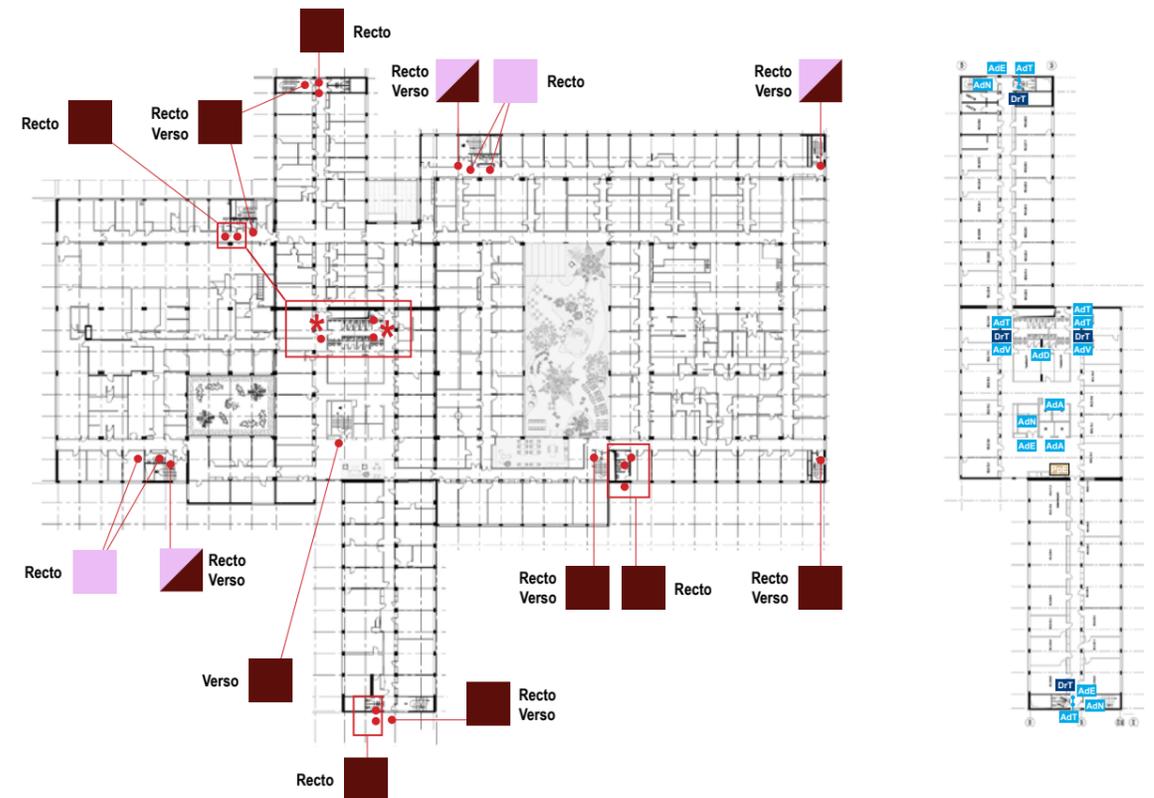
L'étude de requalification du bâtiment «le K» constitue le point de départ d'une démarche de valorisation et d'homogénéisation de l'image de ce bâtiment voué à accueillir l'activité d'entreprises diverses.

L'objectif de la mission consiste à intégrer la nouvelle identité graphique du «K» dans les espaces stratégiques du bâtiment en instaurant une charte signalétique et de fournir les bases techniques à son application.

L'ampleur du bâtiment a conduit à la définition d'un dispositif de signalétique global prenant en compte la diversité des lieux et la multiplicité des acteurs.

La standardisation de ce système de signalétique tente d'apporter de la cohérence, de la flexibilité et de l'harmonie visuelle.

Composante du projet architectural, la signalétique participe à son identité et à sa qualité d'usage.



Signalétique

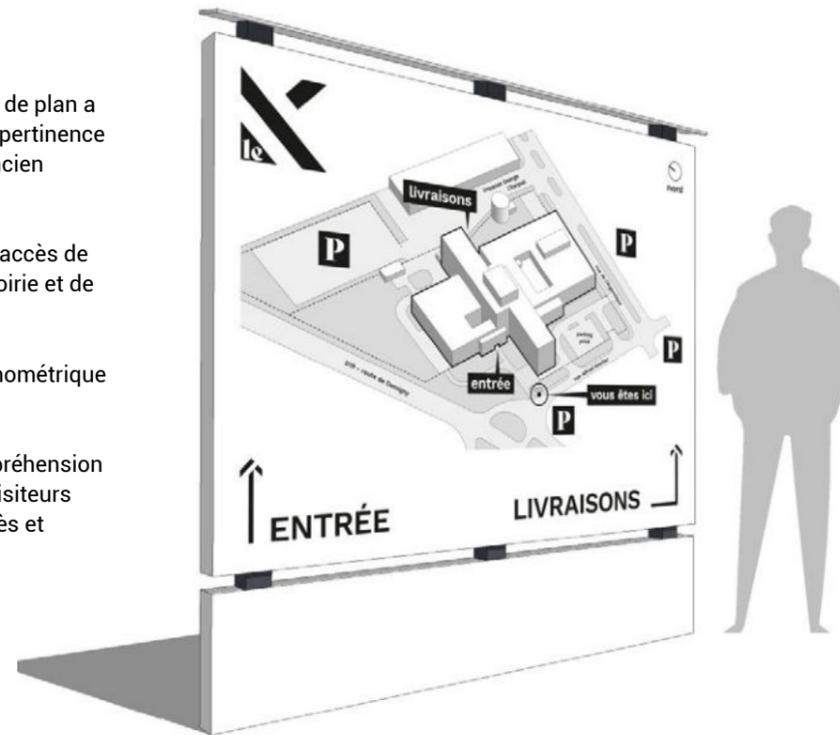
Support de plan

L'implantation initiale du support de plan a été choisie selon l'efficacité et la pertinence du lieux, en remplacement de l'ancien support existant.

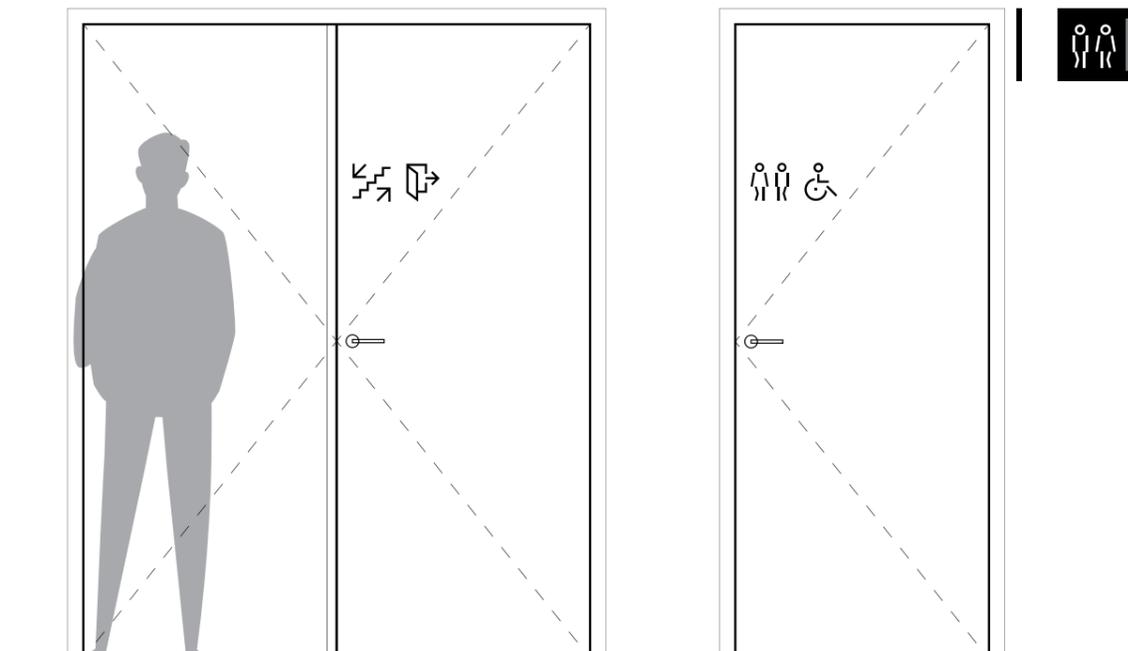
Il se situe au départ du chemin d'accès de l'entrée principale, proche de la voirie et de la circulation piétonne.

Il intègre une représentation axonométrique du bâtiment et de ses abords.

Il permet une lecture et une compréhension complémentaire de la zone aux visiteurs et d'identifier l'ensemble des accès et parkings.



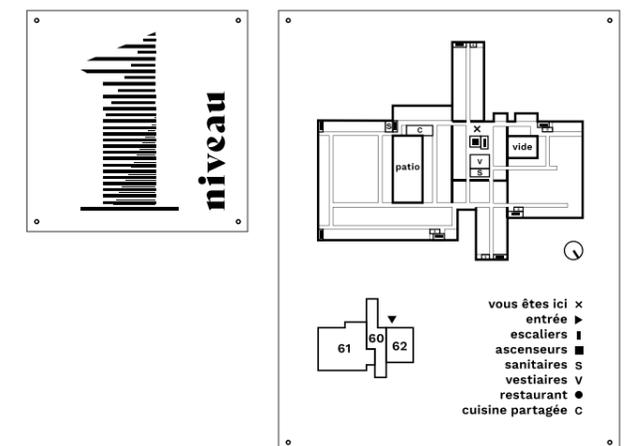
Adhésifs & drapeaux d'identification



Porche d'entrée

Cette proposition de requalification a pour but de renforcer la visibilité de l'entrée du bâtiment «le K» tout en créant un espace couvert plus conséquent et accueillant.

L'implantation du numéro de voirie a été choisi afin de faire un appel visuel sur le porche de l'entrée principale. Ce numéro vient en remplacement de l'ancien support existant.



Plan d'étage

Un plan d'ensemble permet à chaque usager de construire sa carte mentale et de préparer son itinéraire.

Il se situe face aux circulations verticales (ascenseurs et escaliers centraux).

Il permet une lecture du plan de l'étage et d'identifier l'ensemble des espaces communs tels que : entrées, escaliers, ascenseurs, sanitaires, vestiaires, restaurant, cuisine partagée et patio.