



## THE PLACE TO BE

Concept unique en France, la Playce est un nom révélateur conçu par l'Agence-S pour incarner cette promesse. C'est la place du village : le lieu de ralliement pour partager de bons moments ensemble.

Un jeu subtil entre la place et le jeu, play en anglais, pour créer la Playce , un mot évocateur pour tous les publics. Que l'on soit jeune ou plus âgé, le lieu vient ranimer ou révéler notre âme d'enfant.

Dans la continuité, le logo arbore un drapeau en mouvement symbolisant le fait que c'est à cet endroit précis que tout se passe. C'est LE lieu de rassemblement.

Les couleurs choisies, un contraste fort et très sensoriel , une combinaison de jaune et de bleu vibrant, rappellent que l'on peut passer toute la journée dans ce lieu, profiter des installations, des restaurants jusqu'au bout de la nuit. Ce contraste bleu/jaune incarne aussi cette promesse de vibration, d'expériences uniques et inédites.

Des couleurs vives ont été travaillées pour chaque zone du parc, mais aussi dans la signalétique pour apporter un univers convivent, gai, festif, heureux, dynamique. Il était impératif de rester cohérent avec l'univers de la marque. Le plan du parc, le marquage au sol ne sont pas sans rappeler les codes des jeux de société.

Dans ce lieu innovant et nouveau, une attention toute particulière est apportée à la gestion des flux pour le confort des personnes sur place afin de ne pas perdre de temps, bien comprendre son environnement et favoriser les moments conviviaux.

## QUAND LE DIGITAL EST AU SERVICE DU LIEU

Pour la partie digitale, l'Agence-S a travaillé un design impactant et ludique. Ce dernier se doit d'être fort pour mettre en valeur le concept innovant du parc de loisirs, révéler la promesse d'expérience et la diversité de l'offre. Le design est réfléchi aussi pour parler au plus grand nombre, les cibles étant très différentes, fédérer l'ensemble des publics était un enjeu primordial.

Les internautes plongent immédiatement dans un univers émotionnel singulier autour des valeurs du jeu, de la proximité et de la convivialité pour tous. Pour certains, le premier point de contact sera le lieu, pour d'autres ce sera le site internet de la marque. Il doit très rapidement révéler l'âme du lieu. Tous les usages sont pris en compte.

Caroline Boutet a également apporté son conseil auprès de l'agence de développement du site, Vigicorp, pour offrir un gain de temps et d'efficacité pour l'ensemble des utilisateurs. Le site est incontournable dans ce projet de parc car il va au-delà de la vitrine d'une marque : il est un outil de commerce avec l'objectif de privilégier un maximum l'achat des billets en ligne.

## L'OEIL DE L'AGENCE-S

Quel est le rôle de l'agence ou sa valeur ajoutée, dans ce projet hors normes ?

Caroline Boutet & Simon Rodriguez : Lorsque la silhouette du bâtiment se dessine, en tant que designers, nous incarnons le maillon faisant le lien entre la marque et le lieu : un atout pour permettre le prolongement in situ de la vision stratégique.

Pour incarner une marque forte, nous avons à cœur d'être précis jusque dans les détails de la signalétique. Un point incontournable pour une cohérence globale pour la vie du parc et pour plonger le public dans l'expérience du lieu.

Notre travail permet de marquer, d'exagérer certaines zones, d'aider au parcours, d'incarner l'âme du lieu en véhicule de l'émotion. Nous habillons le lieu !

Notre intervention, en binôme avec l'architecte, offre l'opportunité d'intégrer des problématiques liées au budget et aux délais à respecter pour permettre la livraison du lieu.

Webdesign et lieu : comment permettre une cohérence globale?

CB & SR : Nous avons développé le design du site web en parallèle de notre accompagnement pour la marque et son incarnation dans le lieu afin qu'il y ait une véritable cohérence. Un site internet comme un lieu se réfléchit en termes de parcours utilisateur, il doit être intuitif et accessible au plus grand nombre. L'objectif a donc été de faire des ponts entre lieu réel et lieu virtuel afin que de l'internaute au visiteur, il y ait toujours le même fil conducteur.

Au-delà d'un site vitrine relayant l'image de marque et les informations essentielles, le deuxième défi a été d'en faire un outil commercial afin qu'il soit un vrai support à l'organisation de sa journée en amont et optimiser la gestion des flux sur le lieu. Il est intéressant de mener design espace et webdesign de front aujourd'hui, car nous passons beaucoup de temps entre ces deux espaces : espace de vie et espace numérique.

### **Agence-S, une approche du branding à la manière d'un artisan**

Avec plus de vingt ans d'expérience dans de belles agences de design et de communication parisiennes, les deux talents Caroline Boutet et Simon Rodriguez s'associent en 2011 et créent l'Agence-S en Avignon. Engagée auprès des marques de territoire, l'Agence-S, agence de conseil & de création en design global, milite pour créer de la valeur grâce à un design bien pensé, bien façonné et utile ! L'agence privilégie un circuit court et une approche sur-mesure, afin d'offrir aux marques des idées sensibles et des identités de caractère.

Les histoires de marques, le regard, l'expertise et l'ancrage dans les territoires de l'Agence-S depuis sa création ont séduit le Groupe « Saguez & Partners » qui est entré au capital de façon minoritaire en 2016. 100% Design global, créé en 1998 par Olivier Saguez à partir d'une idée simple : « dans une marque, il y a le mot marquer », l'agence maîtrise l'ensemble des métiers du Design. Partageant le même sens de l'esthétique et la même exigence du savoir-faire, les deux agences ont choisi d'associer et d'enrichir mutuellement leurs talents grâce à leurs visions très complémentaires.

[www.agence-s.fr](http://www.agence-s.fr)

