

GF *mag*

Les grands formats s'affichent



6

Cityz Media
Un nouvel élan

30

Metropole
L'art de la mise en scène

36

Mediagraphic et Euromedia
Un partenariat gagnant-gagnant !



Agence-S

La Playce... to be !



ACTEURS

Donneur d'ordre : groupe Nicot
 Architecte : KCC et Denic Delapierre
 Architectes
 Design : Agence-S, filiale Sud du
 Groupe Saguez & Partners
 Signalétique : Sigma

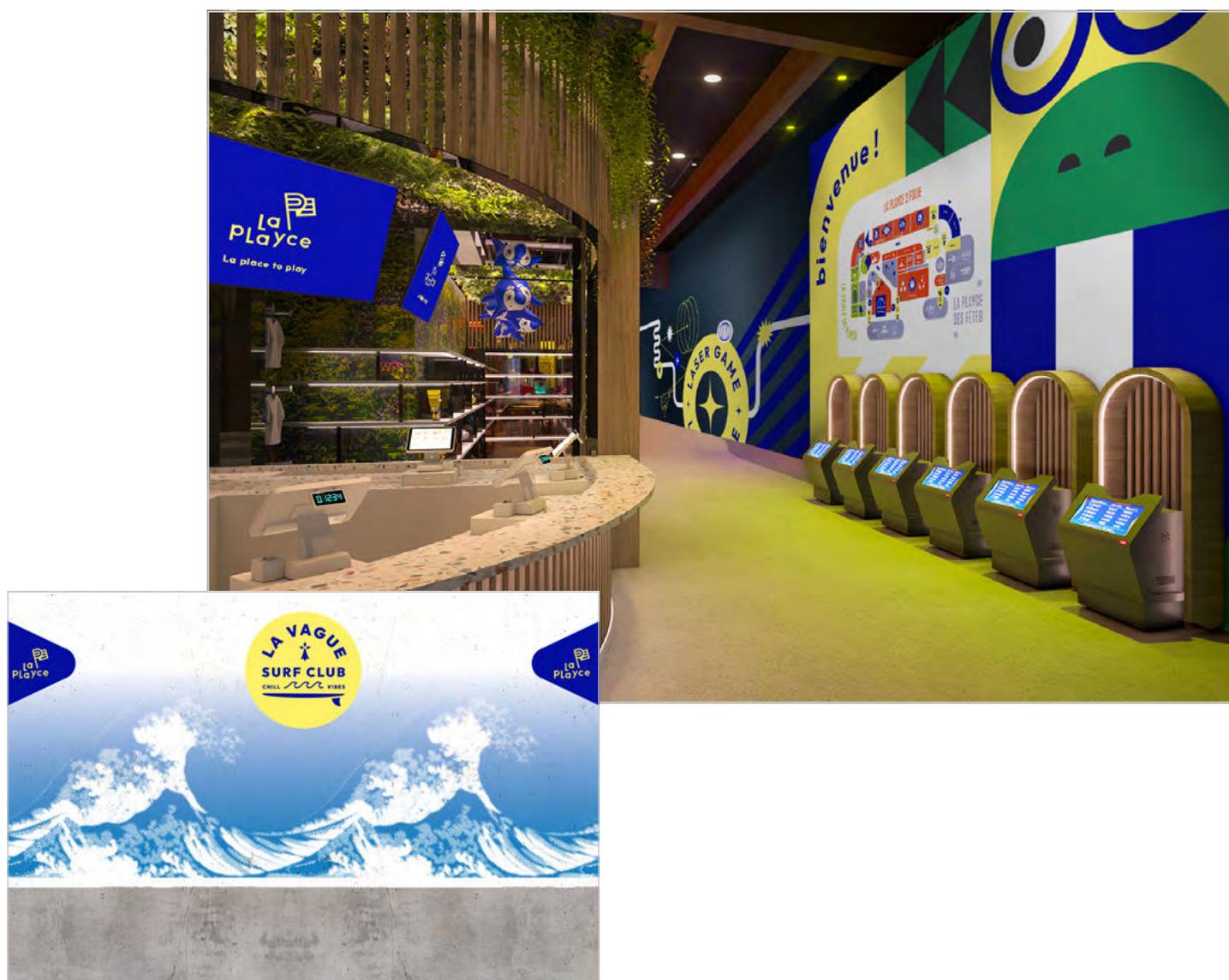
Direction la Bretagne, plus précisément Quimper pour découvrir un concept innovant et unique en France de parc de loisirs indoor : La PLayce, révélée par l'Agence-S.

La Playce, c'est 6 500 m² de lieu de vie pour tous et tous les moments de la journée : 16 activités, 2 bars, 3 restaurants, un vaste espace végétal... L'histoire démarre en 2022 : Jérôme Nicot confie alors à Caroline Boutet et Simon Rodriguez, de l'Agence-S, l'identité de marque de NJ Création, marque du secteur santé/beauté du groupe. Il est séduit par l'approche en immersion forte de l'agence pour livrer une stratégie et un design pérennes. Et quand le groupe Nicot

(groupe familial implanté à Concarneau depuis 1934), imagine La Playce, un parc de loisirs indoor unique et novateur, il fait appel à KCC (architecte d'intérieur) et Denic Delapierre Architectes, et se tourne naturellement vers l'Agence-S pour un accompagnement en design global. « La Playce devait émerger rapidement avec une identité forte qui affirme sa singularité face à la pluralité des acteurs du secteur », évoque Simon Rodriguez, co-fondateur et associé de l'Agence-S.

Un lieu festif et fédérateur

La Playce, nom révélateur conçu par l'Agence-S, incarne 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. « Dans la continuité, le logo arbore un drapeau en mouvement car c'est à cet endroit précis que tout se passe. C'est LE lieu de rassemblement. » La Playce vit le jour, la Playce vit aussi la nuit : différentes zones, différentes ambiances. « Les couleurs choisies offrent un contraste fort et très sensoriel grâce à une combinaison de jaune et de bleu. ►



La couleur est un vecteur déterminant dans la capacité de mémorisation d'une marque. Cette association bleu/jaune incarne aussi une promesse de vibrations, d'expériences. » On y trouve en effet un parcours extrême, de l'escalade, une vague de surf, une zone digitale, un escape game, du bowling... des activités sportives, immersives ou plus classiques, des temps calmes mais aussi des jeux en groupe.

« Des couleurs vives ont été travaillées pour chaque zone du parc, mais aussi dans la signalétique pour amener un univers connivent, gai, festif, 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. » Une attention toute

particulière a été apportée à la gestion des flux ; l'enjeu étant aussi économique et financier pour le lieu. « Nous avons décliné une signalétique transverse pour tout ce qui est des services communs, de l'accueil aux différents parcours. Elle est associée à une thématisation de zones très spécifiques comme le parcours extrême, la zone enfant. Notre travail permet de marquer, exagérer certaines zones, aider au parcours, incarner l'âme du lieu en véhiculant de l'émotion. Nous habillons le lieu ! », précise Simon Rodriguez.

Signalétique signée Sigma

L'Agence-S, en faisant le lien entre la marque et le lieu, a permis le prolongement in situ de la vision

stratégique. Une intervention, en binôme avec l'architecte, qui n'a pas manqué de questionnements sur certains matériaux, options ou techniques de réalisation... pour livrer dans les délais un lieu engagé et responsable. « Plutôt que des kakemonos, nous avons travaillé sur des enseignes suspendues pour les activités phare et nous nous sommes beaucoup implantés sur le mobilier existant ou sur la coque pour éviter des compléments de support. C'est pourquoi les formats sont assez grands en covering. Être responsable, c'est aussi privilégier le local ! Pour la réalisation des travaux, la priorité a été donnée aux entreprises régionales. » Et concernant les éléments de signalétique, ils ont été fabriqués et posés par Sigma, installée tout près de Quimper.