



ATENOR
GROUP



EVOLUTION DU PROJET PREMIUM

REUNION D'INFORMATION GENERALE – ADT 02/04/2010

Exposé de Mr Stéphan SONNEVILLE (*), Administrateur Délégué

(*) S.A.

SOMMAIRE



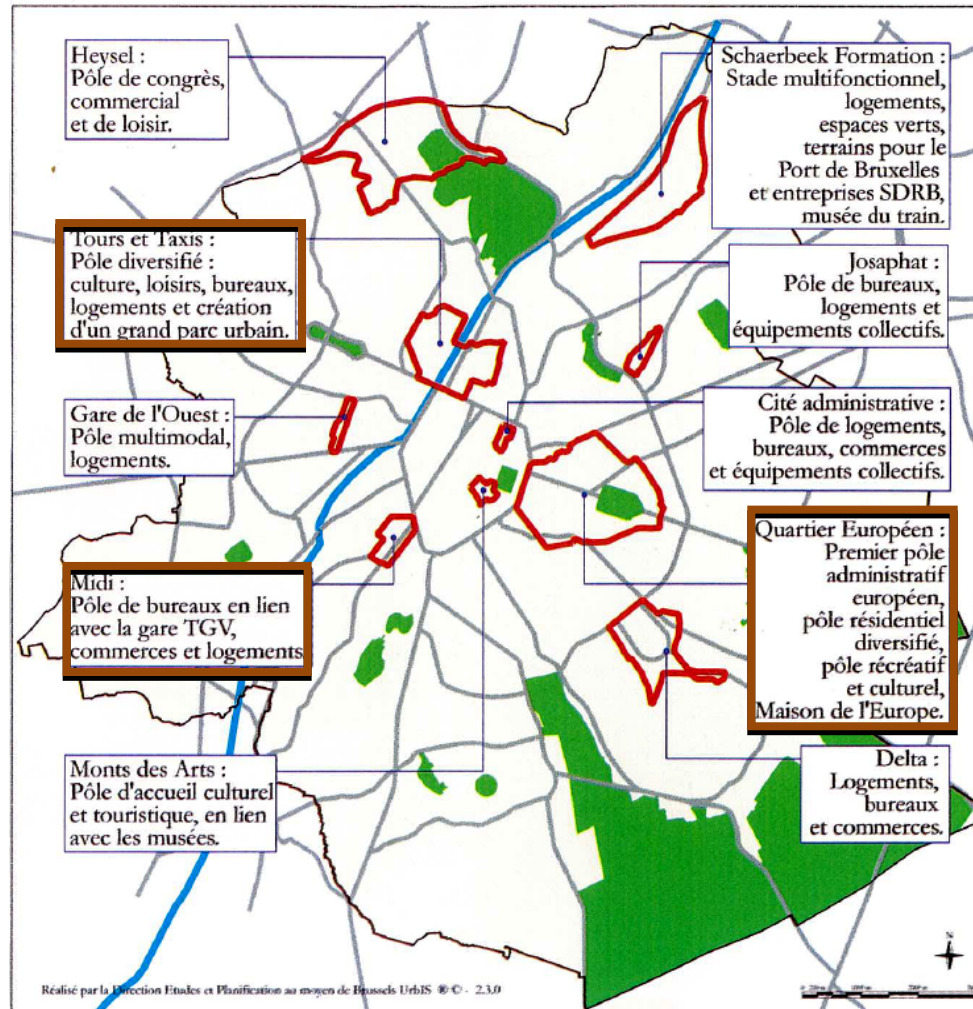
1. INTRODUCTION
2. PREMIUM
 - . ETAT DES LIEUX
 - . MARKETING DU QUARTIER
3. CONCLUSIONS

1. INTRODUCTION

- ATENOR PROMOTEUR URBAIN:
 - Donnons du sens à la ville
 - Proposons des projets dans des quartiers en renouveau
- 5 POLES INDISPENSABLES:
 - Densité
 - Mixité
 - Espace public
 - Qualité environnementale
 - Qualité architecturale
- 3 QUARTIERS EN RENOUVEAU PARMI LES 10 ZONES DU PDI
 - Zone du canal
 - Quartier Européen – rue de la Loi
 - Quartier du Midi – Gare TGV

1. INTRODUCTION

Plan de Développement International Pistes préconisées - octobre 2007



2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Localisation de la parcelle (12.505 m²)



2. PREMIUM ETAT DES LIEUX




2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Rappel des données

- ARCHITECTES :Atelier Yves Lion (Paris) & A2RC Architects (Bxl)

SURFACES:	TOUR	IMM.TERRASSES	BUREAUX	TOTAL
m ² Logements :	36.430	12.350		48.780
m ² bureaux :			29.615	29.615
m ² commerces :	676	950		<u>1.626</u>
				80.021

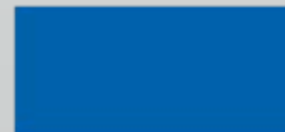
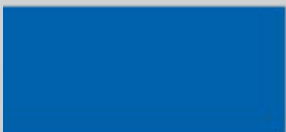
Sous-sol :  651 emplacements de parkings
 1.550 m² Archives

NOMBRE D'ETAGES:	Tour logements : Rez + 41 + toiture	140 m
	Immeuble Terrasses : Rez + 8	29 m
	Bureaux : Rez + 7	29 m
	Sous-sol : 4	

2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Planning & état d'avancement

- Permis introduit en décembre 2008
- Etude d'incidence terminée en décembre 2009
(réponse positive aux suggestions du Comité d'Accompagnement)
- Enquête publique du 31 janvier au 1^{er} mars 2010
- Comité de concertation le 10 mars 2010
- Permis attendu pour T2 2010
 - Début des travaux immédiat
 - Construction jusqu'en 2013



2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Descriptif: un projet unique et durable pour Bruxelles

Projet urbain mixte qui va changer le visage du quartier grâce au développement des 5 pôles suivants:

- Densité : augmentation du nombre d'occupants (habitants/travailleurs)
- Mixité : fonctionnelle et sociale
- Espace public : aménagement quais et parc intérieur
- Qualité environnementale : économie d'énergie & techniques écologiques
- Qualité architecturale : un signal fort pour Bruxelles

2. PREMIUM ETAT DES LIEUX



2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Planning & état d'avancement

- Permis introduit en décembre 2008
- Etude d'incidence terminée en décembre 2009 (réponse positive aux suggestions du Comité d'Accompagnement)
- Enquête publique du 31 janvier au 1^{er} mars 2010
- Comité de concertation le 10 mars 2010
- Permis attendu pour T2 2010
 - Début des travaux immédiat
 - Construction jusqu'en 2013

2. PREMIUM ETAT DES LIEUX

Point sur la commercialisation

- Le marketing du quartier doit précéder la commercialisation du Premium (cf. Mark. Urbain)

Mais ...

- C'est un projet unique qui répond à une demande non encore satisfaite
- 3 volets de commercialisation & des signes positifs
 - bureaux : 13.423 m² pré-loués ou pré-vendus
 - commerces : contacts intéressants
 - logements : réflexion en cours & nombreux signes d'intérêts

2. PREMIUM MARKETING URBAIN

L'importance du Marketing du quartier

- La zone du Canal est un lieu en évolution
- Premium est une pièce de ce quartier en devenir

Il faut

- « vendre » le quartier , avant de « vendre » le projet
- Se coordonner avec les autres acteurs du quartier
- Créer une image positive de la zone du Canal

→ Donner envie aux gens de (re)venir y vivre & y travailler

2. PREMIUM MARKETING URBAIN

Ce projet s'inscrit dans le renouveau du quartier décidé par le politique et porte les valeurs essentielles d'un urbanisme concerté et durable



2. PREMIUM MARKETING URBAIN

L'importance des outils de communication pour le développement du quartier et du projet

- Elaboration d'image 3D reprenant le projet et le quartier
- Coordination des images & maquettes avec d'autres acteurs urbains (T&T,...)
- Développement d'un site Internet qui dépasse les limites du projets
- Production d'un Film sur l'évolution du quartier
- Mise en place de palissades de chantier customisées
- Réalisation d'outils de commercialisation habituels (brochures, panneaux, ...)
- Plan Media adapté,...

→ Donner envie au gens de s'identifier et de se projeter...

2. PREMIUM MARKETING URBAIN

L'importance d'une coordination optimale

- Premium est le premier projet mixte urbain d'envergure qui symbolisera le renouveau du quartier, son succès influencera indéniablement celui de toute la zone

d'où l'importance...

- De maintenir un dialogue continu avec les autorités publiques
- D'initier un dialogue avec les autres acteurs urbains qui vont contribuer à la transformation de ce quartier

→ Marketing urbain: un challenge Collectif

Premium, c'est un projet

- Pionnier et unique
- Concerté et durable
- Porteur d'une nouvelle ambition pour Bruxelles

Et qui devrait voir le jour...à côté d'autres projets

- Pour créer un nouveau « place to live », un quartier en devenir
- Qui reflètera une image positive et incontournable de la Capitale

➡ est la somme des projets individuels qui fera le succès du quartier et le succès du quartier fera le succès de nos projets.



Merci

