



Ce 31 octobre
votre vie
va changer...

waves
ACTISUD
*is all you need**

*Waves, c'est tout ce dont vous avez besoin



PAROLE À...



Philippe JOURNO
Président Directeur Général
Compagnie de Phalsbourg

Quelle vision est à l'origine d'un projet comme Waves Actisud ?

Philippe Journo : Waves Actisud, c'est notre vision du commerce d'entrée de ville pour les 10 prochaines années et c'est à Metz. Nous pensons en effet qu'à l'heure où la crise s'éternise, où le commerce électronique progresse au point de menacer la survie de nombreuses enseignes, il faut non seulement sortir du misérabilisme qui caractérise le commerce de périphérie, mais aussi réinventer le commerce en général pour que les consommateurs continuent de fréquenter les magasins. Nous avons beaucoup appris de l'expérience de L'Atoll, un centre que nous avons ouvert à Angers il y a deux ans et demi. Les consommateurs adorent L'Atoll car il est beau, propre, sécurisé et qu'ils y trouvent leurs enseignes préférées. Ils l'adorent aussi parce qu'ils sentent que tout est fait pour qu'ils y passent un bon moment en famille ou entre amis. C'est ce que nous appelons l'amour du client, c'est ce que nous avons cherché à développer encore plus à Waves Actisud.

L'amour du client ? Vous y allez un peu fort, non ?

Pas du tout ! C'est une des valeurs de la Compagnie de Phalsbourg. J'y tiens plus que tout car nos valeurs fondent notre action et notre développement.

L'amour du client, ce n'est pas uniquement le service au client, c'est beaucoup plus que cela. L'amour du client, c'est la générosité, c'est tout faire pour qu'il se sente bien chez nous, c'est lui rendre la vie plus facile, par exemple avec les navettes électriques, les jeux pour enfants, les spectacles aquatiques, le lounge VIP, le parking, tous gratuits ou la qualité exceptionnelle du bâtiment et des espaces verts.

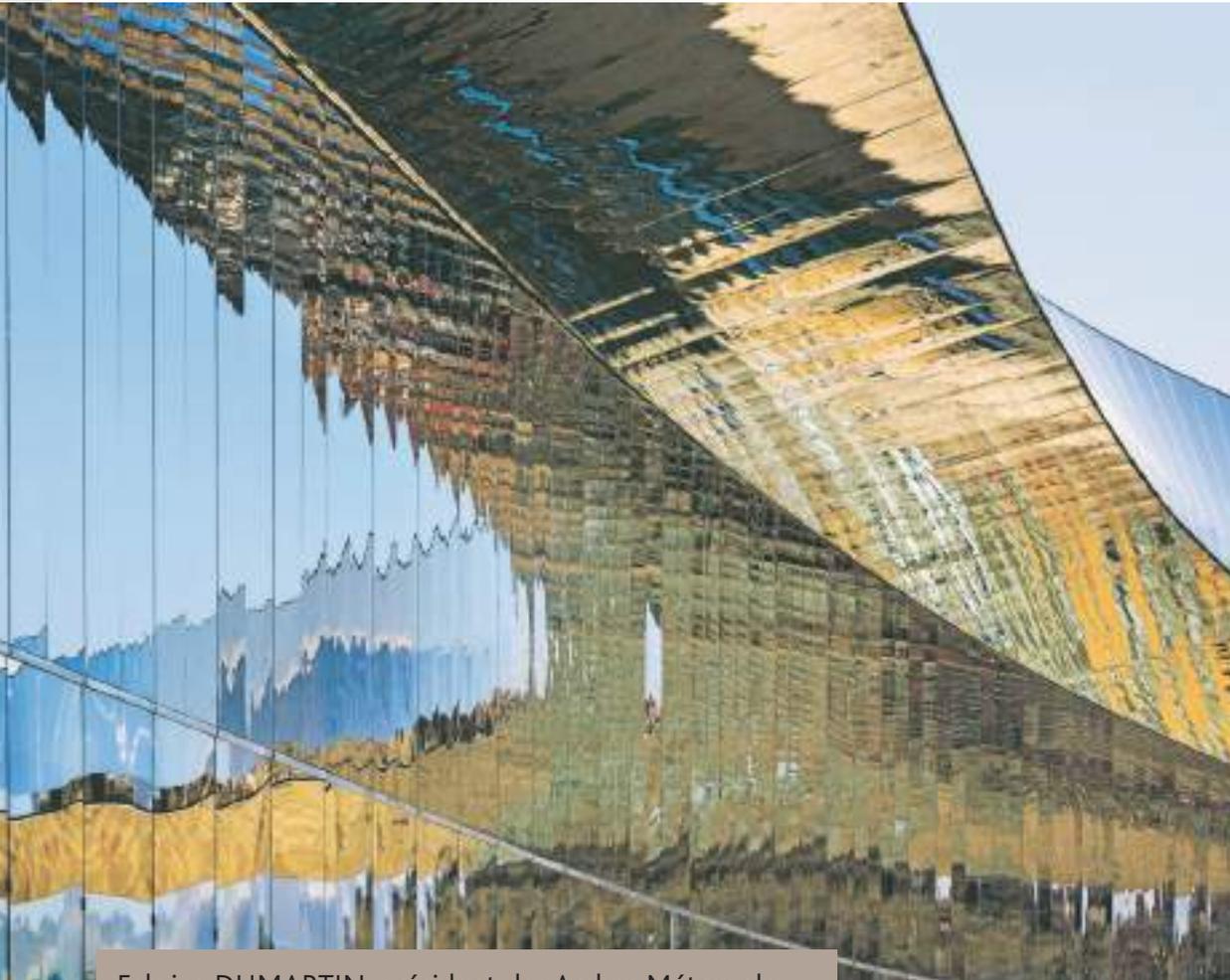
Qui attendez-vous à Waves Actisud ?

Tout le monde : les familles comme les célibataires, les adultes comme les enfants, eux qui ont des moyens financiers comme ceux qui en ont peu. Nous travaillons pour changer les entrées de ville et nous refusons cette hiérarchie du commerce selon laquelle il y aurait du beau commerce en centre-ville et du commerce « cheap » en périphérie. Nous refusons cette France à deux vitesses et offrons toujours à nos clients ce que nous savons faire de mieux au moment où nous le réalisons, ils méritent le meilleur. C'est pour cela que nous créons donc des lieux exceptionnels par leur architecture, leur paysage et les services gratuits. Du même coup, nous donnons à nos clients une belle image d'eux-mêmes et des raisons d'être fiers. Nous voulons que la vraie vie soit plus belle que la vie sur internet. D'ailleurs, je vous conseille de venir voir le spectacle aquatique que nous offrons tous les soirs, cet hiver, de 18 h à 20 h.



WAVES ACTISUD, LA FORCE DE LA VAGUE

Ensemble commercial de nouvelle génération, Wave Actisud bouleverse les codes vieillissants des commerces de périphérie et mise sur la valeur ajoutée de l'esthétisme architectural allié au bien-être des usagers.



Fabrice DUMARTIN, président des Arches Métropole



Quel est votre rôle dans le projet ?

Nous sommes associés avec la Compagnie de Phalsbourg dans ce magnifique centre, très innovant. Nous nous répartissons les tâches pour gagner en efficacité. Une des raisons de cette association est que le terrain sur lequel a été construit Waves appartenait à mon père. Lorsque Philippe Journo a eu vent de son intention de le vendre, il m'a proposé que nous nous associions dans cette aventure.

Quel est pour vous l'intérêt d'un projet commercial qui valorise l'humain ?

Les parcs commerciaux d'aujourd'hui sont avant tout des lieux de vie. Actuellement, construire un centre commercial dénué d'intérêt humain est une hérésie. L'acte commercial a connu une profonde mutation avec l'arrivée d'internet. Sur la toile, le commerce est déshumanisé et si nous n'apportons pas de valeur ajoutée, le citoyen n'a aucun intérêt à se déplacer pour consommer. Nous, promoteurs d'immobilier commercial, revendiquons cette dimension de lieu de vie, de rencontre et d'échange. Les zones commerciales des années 70, où l'intérêt unique était d'acheter moins cher et de circuler plus facilement, sont parfaitement obsolètes. Il faut proposer au public des endroits dans lesquels il va éprouver du plaisir à se trouver. C'est notre cœur de philosophie.

Quelle satisfaction tirez-vous plus particulièrement de ce projet qui est une véritable révolution pour les Mosellans et plus largement pour tous les Lorrains ?

Du fait de mes racines mosellanes, j'ai pris en charge la gestion administrative et le lien avec les autorités locales. J'ai eu le plaisir et la fierté de promouvoir, défendre et bâtir ce projet chez moi, dans mon département. Je tiens tout de même à rappeler que nous avons créé ici 450 emplois alors que la Moselle est en souffrance économique ! Je souhaite de tout cœur que la clientèle mosellane, lorraine et même transfrontalière éprouve un vrai plaisir à venir consommer dans l'agglomération messine et que les consommateurs se sentent fiers de ce lieu de vie et d'échange.

De prime abord, Waves Actisud est un OVNI pour les usagers de l'autoroute A31, tant les travaux de ce chantier sont apparus comme titanesques. A bien y regarder, Waves (vagues en anglais) est plutôt un raz-de-marée qui va déferler sur la zone d'Augny, près de Metz, sur le pourtour mosellan et même assurément sur le Sillon lorrain, tant le concept de ce centre commercial est novateur et attractif.

Les promoteurs du projet, la Compagnie de Phalsbourg, l'un des leaders du marché de l'immobilier en France, et Les Arches Métropole, société privée spécialisée dans l'urbanisme commercial, ont apporté la preuve que les périphéries commerciales peuvent bénéficier de la même perfection architecturale que les centres commerciaux. Mais il ne s'agissait pas de se limiter à l'esthétique. Tout a été mis en œuvre pour offrir aux visiteurs et aux clients une atmosphère, une ambiance, un cadre agréable pour passer un bon moment.

En se fondant dans son milieu naturel, en s'appuyant sur des symboles du patrimoine local, telle la légende du Graouilly, l'éco parc Waves Actisud surfe entre design et tradition, s'enrichit du passé pour mieux rayonner sur l'avenir.

● WAVES ACTISUD EN CHIFFRES

- 60 800 m²
de surface de plancher
- 38 600 m²
de panneaux inox répartis
entre toiture et façade
- 38 524 m²
de surface de vente
- 100 millions d'euros
d'investissement
- 5 800 m²
de surface pour le lac
- 2 580 places
de parking publiques
- 450 emplois au total
- 50 magasins
- 9 restaurants
- Des spectacle gratuits
tous les jours



LE CHANTIER...

LA RENAISSANCE DU COMMERCE DE PÉRIPHÉRIE

Forte de son succès avec la construction de l'Atoll, un grand éco-parc d'activités commerciales implanté à Angers, la Compagnie de Phalsbourg, a choisi le sud messin pour renouveler l'expérience d'une autre façon d'aborder le commerce de périphérie.

L'état des lieux était sans appel. La zone Actisud, la plus ancienne de la périphérie messine, souffrait de tous les maux de ces espaces de vente, souvent considérés comme de moindre qualité, poussés hors des villes durant les dernières décennies. Véritables cours des miracles de bâtiments hétérogènes, desquelles toute trace de nature a été éliminée, et où la médiocrité architecturale est généralement masquée à grand renfort d'enseignes lumineuses criardes, ces zones attirent de moins en moins le consommateur, séduit par le e-commerce en constante augmentation.

La déferlante Waves Actisud, grâce à une conception architecturale exceptionnelle, un traitement urbanistique et un volet paysager hyper-qualitatifs, a balayé la morosité environnante par son ambition affichée de revaloriser, non seulement l'image de la zone, mais aussi l'entrée d'une agglomération messine en pleine mutation.

La réalisation est à la hauteur de ses aspirations. Conçu dans le respect du développement durable, le projet privilégie la réduction des pollutions dans 4 grands domaines : pollutions visuelles, pollutions sonores, pollutions de l'eau et pollutions des sols.

Dans le cadre de l'engagement des promoteurs à assurer la certification HQE de Waves Actisud, le chantier a été régi par une charte « chantier propre », qui impose notamment la réduction, le tri et la valorisation des déchets, la réutilisation sur le site des terres végétales évacuées lors des terrassements, et une planification des livraisons pour limiter les nuisances sonores.

Grâce à son implantation stratégique le long de l'A31, axe européen majeur, Waves Actisud dis-



pose ainsi d'une visibilité et d'une accessibilité exceptionnelles, sur une des routes les plus fréquentées de France. Les promoteurs ont financé des aménagements routiers dans la zone Actisud afin de faciliter la fluidité du trafic automobile.



Un projet réussi n'est pas un projet qui remporte des prix d'architecture, mais un projet qui rend l'homme heureux. L'architecture doit être au service de l'humain.

Gianni RANAULO

Depuis plusieurs années, l'intercommunalité Metz Métropole mène une politique de développement de projets architecturaux et urbains d'envergure et de qualité sur son territoire. Grâce à son esthétisme, Waves s'affiche comme un marqueur fort qui valorise l'entrée de la ville et crée un lien tangible entre le centre et la périphérie.

Le parc commercial se présente comme une immense vague, un bâtiment au profil ondulant, recouvert d'une peau de verre et d'inox miroir qui lui confère un parfait mimétisme avec son environnement. La structure a la particularité de ne pas être statique mais dynamique, en perpétuel changement en fonction de la lumière et des saisons. Waves est l'œuvre d'un artiste visionnaire, profondément humain dont l'égo est inversement proportionnel au gigantisme de son projet. Gianni Ranaulo est un homme de passion et d'expérience. Architecte, designer, mais aussi scénographe puisqu'il a collaboré à la création de spectacles pour Franco Dragone,

il navigue entre Paris, Londres et Dubaï où il a ses bureaux.

Avec ce projet, Gianni Ranaulo a voulu mettre un coup de pied dans la fourmilière et en finir avec l'image sinistre des zones commerciales. Il a mis en application des valeurs qu'il partage avec Philippe Journo, le président de la Compagnie de Phalsbourg, de « respect de la dignité de l'être humain, quel que soit son origine sociale et culturelle », de partage, d'amour de l'art et du beau en général. Il s'agissait donc de concevoir « un lieu de vie, un espace d'achat à l'échelle humaine, qui fasse rêver et dépayse le consommateur », un espace comme on peut en trouver à Dubaï ou Las Vegas, mais près de

chez soi. C'est à cette condition que le commerce nouvelle génération fidélisera le client.

Le lac central est un « lieu enchanteur tant par son aménagement paysager que par les animations qui y sont proposées ». Il est traversé par une passerelle à écailles, référence au Graouilly cher aux Mosellans, qui s'écarte en son centre pour former un amphithéâtre depuis lequel le public peut assister à des concerts ou profiter des jeux de lumière projetés sur des murs d'eau ascendants. Même l'immense parking s'efface au profit du paysage. Tout est mis en œuvre pour que les visiteurs passent un bon moment à Waves Actisud en famille ou entre amis.

un lieu de vie,
un espace d'achat qui dépayse
et fasse rêver

CE QU'ILS EN DISENT...



Cyris Villedieu
Directeur du service travaux
de la Compagnie de Phalsbourg

"Je suis le directeur du service Travaux de la Compagnie de Phalsbourg. En charge de la réalisation de l'opération, j'ai supervisé l'ensemble des entreprises et des travaux. Ce projet a représenté un gros investissement personnel pour toutes les équipes d'encadrement qui ont participé à sa mise en œuvre. Mais voir l'évolution du site apporte une grande satisfaction, une bonne adrénaline."



Aurélien Leriche
Chef de projet
chez Gianni Ranaulo

"Chef d'agence à Paris pour Gianni Ranaulo Design, je suis chef de projet pour la maîtrise d'œuvre de conception pour Waves. Ce projet a représenté 4 années de travail. Outre le suivi de chantier, ma mission a été de veiller au respect de la qualité et de l'esprit d'origine du projet, de sa première esquisse à sa livraison. Les intervenants étaient nombreux, les demandes de modifications ont été gérées avec souplesse mais fermeté."



Michel Amann
Directeur technique
et artistique de Crystal Group

"J'ai assisté David Wirtgen en réalisant l'étude puis l'intégration du spectacle permanent, et en le secondant pour la scénographie. Ancien messin, Waves a pour moi une valeur affective. Mon entreprise réalise par ailleurs le spectacle Le Lac aux Cygnes pour la ville. On a tous donné le meilleur de nous-mêmes sur ce projet exceptionnel et l'accueil du public est notre plus belle récompense."



David Wirtgen
Scénographe, metteur en scène

"Je suis à l'origine du design technique et créatif, et de la scénographie du spectacle permanent qui se déroule sur le lac et sur la scène face à la passerelle. Il s'agissait d'offrir une œuvre d'art aux visiteurs. Je me suis appuyé sur les systèmes technologiques les plus performants actuellement et je les ai poussés au maximum de leur potentiel. C'était un défi très excitant."



Alexandre Lorrain
Directeur bureau d'études

"Le bureau d'études que je dirige à Metz a assuré l'assistance à maîtrise d'ouvrage sur le chantier. J'étais le référent local du bureau d'études habituel de la Compagnie de Phalsbourg. J'ai veillé à la bonne réalisation des travaux de voirie et de réseaux divers en fonction d'un cahier des charges. C'était une mission intellectuellement gratifiante. Le niveau d'exigence en termes de qualité était très élevé."



NATURE...

Lorsque le visiteur arrive à Waves, il pénètre dans une bulle de bien-être, dans un univers où la nature reprend ses droits.

UN LAC ENTOURÉ DE VERDURE



À Waves Actisud, la nature est omniprésente. L'aménagement paysager a été réalisé par Paul Arène et ses équipes d'architectes paysagistes. Implantée dans l'ouest de la France, l'agence a su s'imprégner de la spécificité du paysage alentour, mélange de plaine alluviale avec la Moselle toute proche, et de coteaux propices à la culture de la vigne. Entre ville et nature, Waves Actisud, avec ses 4000 arbres et arbustes et des dizaines de milliers de plantes diverses, est en parfaite osmose avec son environnement.

Le paysage se déroule en trois actes : les entrées avec leurs grands arbres, le lac central avec ses roseaux et ses saules pleureurs et les grandes allées piétonnes, véritables

jardins linéaires. Les lisières sont également boisés.

Le mélange d'espèces persistantes et d'espèces caduques crée un paysage différent à chaque saison.

Le promeneur profite ainsi d'un paysage original qui reflète et magnifie la nature environnante.

La présence de nombreuses espèces locales fait de Waves un élément à part entière du patrimoine mosellan.

Dès lors, Waves devient un élément à part entière du patrimoine local dont le Mosellan peut s'enorgueillir, preuve s'il en est, que l'herbe n'est pas forcément plus verte ailleurs.

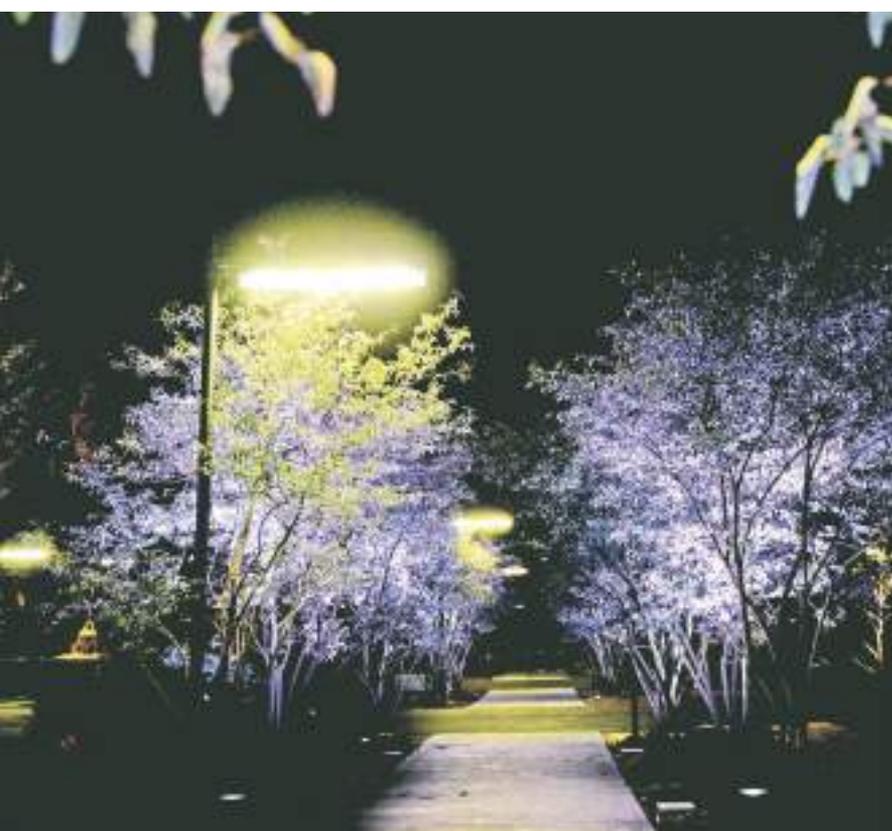


Paul ARÈNE





UN ÉCLAIRAGE UNIQUE AU MONDE



La nuit, Waves prend une dimension féerique grâce à la mise en lumière créée par Yann Kersalé. Parce qu'il ne s'agit pas ici d'éclairage, mais d'un « parcours géopoétique » qui va happer le visiteur dans un monde d'émotions.



Auteur de la mise en lumière du MUCEM de Marseille, du Musée des Arts Premiers à Paris ou de la tour Agbar à Barcelone, Yann Kersalé est le magicien français de la lumière qu'il utilise comme matière première, car il choisit la nuit comme terrain d'expérimentation. Il a accepté d'exercer son grand talent à Waves Actisud avec Gianni Ranaulo. Le visiteur est accueilli dès l'extérieur par un

jeu de réflexions qui rebondissent sur les courbes du bâtiment. Des axes d'entrées signalés par des grands mâts lumineux "miroirs", les visiteurs débouchent sur l'espace central, vaste champ de lumière végétal qui se refléchit sur la façade intérieure du centre. C'est à la tombée du jour que l'œuvre de Yann Kersalé donne une seconde vie à Waves Actisud.

Grâce à sa scénographie lumineuse, l'éco-parc devient « un petit pays, à l'instar de ces pays que l'on rencontre dans les histoires pour enfants ». Le visiteur, plongé dans un monde de l'imaginaire devient un « spectateur-acteur ». Sur ce parcours géopoétique il fait des « rencontres provoquées par les jeux de lumière, les ombres et les clairs-obscur ». Dès lors, chacun peut s'approprier l'œuvre et faire une lecture personnelle de ce « parcours géopoétique qui transcende la déambulation ».

Le travail de Yann Kersalé s'inscrit dans une démarche écologique par le choix des matériaux et le respect des cycles de sommeil de la faune et de la flore.

CE QU'ILS EN PENSENT...



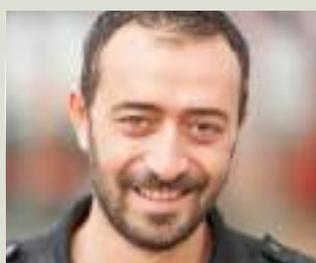
Ali Nasser
Directeur du Patrimoine
Compagnie de Phalsbourg

" Nous sommes très fiers de participer à cette aventure qu'est Waves Actisud. Nous travaillons pour que ce centre soit une référence unique dans les centres commerciaux français non seulement lors de l'ouverture, mais tous les jours, toute l'année : nous « bouclons » les animations de la St Nicolas et de Noël. L'équipe de gestion du centre est au service des clients pour leur apporter le maximum de confort, de service et de bien-être. "



Anne Rousselle
Directrice d'exploitation
Waves

" Mon rôle est d'assurer que chaque jour Waves Actisud est en bon ordre de marche. L'aventure de la création du centre a généré beaucoup d'énergie parmi tous les acteurs et une émulation partagée. Nous avons tous à cœur de réussir le pari de l'ouverture. Alors venez nous voir ! "



Carmelo Pitrozzella
Responsable technique
Waves

" Un centre comme Wave Actisud est un vrai paquebot. Mon rôle, c'est de m'assurer que la machinerie tourne rond et sans à-coup. Ce que je dis aux visiteurs ? Vous n'allez pas être déçu du voyage ! "



Céline Guérin
Assistante administrative
Waves

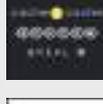
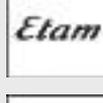
" Présente sur le site depuis plus d'un an, j'ai assuré le suivi des travaux et l'installation des enseignes. Aujourd'hui, je suis toujours en charge de la relation avec les magasins, avec qui j'entretiens d'excellentes relations. Je gère également une partie de l'accueil de la clientèle. Waves c'est un peu mon bébé et j'ai envie de le voir grandir ! "



Ségolène Julian
Marketing opérationnel
Compagnie de Phalsbourg

" Waves Actisud est un centre hyper connecté. Le site web, l'application pour mobiles et les bornes interactives permettent aux visiteurs d'enrichir leur parcours d'achat en les informant en permanence des nouveautés ou des « bons plans » que proposent les magasins. Waves Actisud est également sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Instagram. Enfin, Waves accueille des vitrines interactives de l'application zoomdle®. "

MODE

-  **04** ORCHESTRA
-  **06** HEMSLAY
-  **12** GÉMO
-  **13** VERTBAUDET
-  **16** NAF NAF
-  **17** C&A
-  **18** LOLA & LIZA
-  **19** CÉLIO
-  **22** CACHE CACHE
BONOBO BRÉAL
-  **23** ETAM
-  **31** PIMKIE
-  **39** JENNYFER
-  **40** OKAIDI
-  **42** PROMOD
-  **44** ARMAND THIERY

 **45** CAMAÏEU

 **46** SERGENT MAJOR

BEAUTÉ - SANTÉ

 **35** SEPHORA

 **38** GRAND OPTICAL

SPORT

 **11** INTERSPORT

 **21** NIKE FACTORY STORE

CULTURE - LOISIRS

 **05** CULTURA

 **30** BOSE

 **36** APPLE PREMIUM
EASY COMPUTER

CHAUSSURES

 **20** CHAUSSÉA

 **34** SAN MARINA

 **41** ÉRAM

BIJOUTERIE

 **33** SWAROVSKI

 **43** HISTOIRE D'OR

MAISON - JARDINAGE

 **01** TRUFFAUT

 **10** MAISONS DU MONDE

 **26** CARRÉ BLANC

 **28** ZÔDIO

JOUETS

 **03** LA GRANDE RÉCRÉ

RESTAURANTS

 **37** PICNICS

 **49** LA LUNA

 **50** 100 PATATES

 **51** CRÊPERIE PRETI

 **52** PÈRE FLAMENKÛCHE

 **53** TOMMY'S DINER

 **54** TOO BAGEL

DIVERS

 **14** RÉAUTÉ CHOCOLAT

 **25** SOCIAL WALL

LES SERVICES

Pour faciliter votre visite à Waves Actisud, nous mettons à votre disposition un grand nombre de services gratuits :





L'OFFRE...

Dans un contexte de crise et à l'aube d'une nouvelle ère de consommation bouleversée par le numérique, le commerce ne peut plus vivre sur des codes établis et en perte de vitesse, il doit être capable de se réformer et proposer de nouveaux concepts pour repartir sur des bases solides.

UNE OFFRE ORIGINALE

Qu'on se le dise, Waves Actisud ne se contente pas d'être un centre commercial de plus ! Son ambition est de dépoussiérer, bousculer, révolutionner le shopping et de donner ses lettres de noblesse au commerce de périphérie.

Par noblesse, n'entendez pas marché du luxe, car la fierté de ce bel écrin est de répondre aux attentes des usagers habituels des zones commerciales, tout en leur apportant un supplément de rêve. Ici, les visiteurs sont choyés, tant par la qualité architecturale que par la diversité de l'offre commerciale ou les services proposés au visiteur. Tout est mis en œuvre pour qu'il se sente bien. C'est une façon pour Waves Actisud de remercier la clientèle

du temps passé et des kilomètres parcourus pour venir à sa rencontre.

Si Waves accueille en son sein des enseignes comme Truffaut, Zodio, Maisons du Monde, Chausssea, ou encore Gémo, il fait la part belle aux enseignes nouvelles mais présentes dans les galeries marchandes, à l'instar de Séphora, Swarovski, Camaïeu, Armand Thiery, ou Apple Premium Reseller. L'autre atout de ce centre c'est la qualité des hommes et des femmes qui y travaillent. Près de 250 collaborateurs ont été recrutés localement. Et c'est précisément l'humain qui fera la différence pour le consommateur exigeant.

***bousculer, révolutionner
le shopping et donner
ses lettres de noblesse
au commerce de périphérie***

waves
ACTISUD





En rassemblant dans un même lieu « le meilleur du commerce de périphérie et le meilleur de la galerie marchande », Waves offre à la clientèle un vrai choix. Certaines enseignes, bien connues du public, font office de « locomotives », pendant que d'autres attirent des consommateurs à la recherche d'une offre plus pointue.

De grandes enseignes s'installent à Metz. Elles ont en commun le dynamisme communicatif de leurs directeurs et de leurs équipes commerciales.

Peu présente dans l'Est de la France, l'enseigne **Truffaut** est bien connue des amateurs de jardinage. Emmanuel Legrand, directeur du magasin, et son équipe accueillent chaleureusement le client dans une jardinerie « hors du commun ». Les 6 000 m² occupés se divisent en 3 espaces : jardinerie, confort et bien-être de la maison et animalerie. Ici, l'approximatif n'a pas sa place, tant au niveau de l'agencement que du sanitaire ou du conseil client. Dès son entrée, le chaland passe par un « sas de décompression » organisé sous forme d'un grand atelier et tout est mis en œuvre durant sa visite pour assurer son bien-être. En proposant le meilleur, l'équipe nous l'assure : « plus belle sera la terre ».



Très attendue du public, **Zôdio** est une enseigne récente (12 magasins en France) propulsée par sa visibilité sur le net. Spécialisée dans la décoration créative autour de la maison, elle se différencie de la concurrence par une offre très large en termes de références (plus de 30 000). Mais Zôdio ne se veut pas simplement vendeur de produits, il est aussi un « donneur d'idées ». Les amateurs de « détournement d'objets », de customisation et autres bricolages créatifs trouveront leur bonheur parmi les nombreux ateliers proposés.

Si l'enseigne **Cultura**, spécialisée dans les biens et loisirs culturels et créatifs, est déjà présente à Thionville, elle déploie ici tout son potentiel sur 3 000 m². Plus encore que les produits présentés dans les espaces librairie (500 m²), musique (supports et instruments), jeux vidéo et arts créatifs, c'est « l'expérience client » qui est mise en avant. « L'animation est présente partout, dès l'entrée du magasin », sous forme d'ateliers, démonstrations artistiques ou créatives, dédicaces d'auteurs ou d'artistes (à noter la présence prochaine de Sanseverino !). Des mercredis éducatifs sont aussi prévus pour les enfants.





UNE NOUVELLE DEFINITION DU COMMERCE...

À côté de ces locomotives Waves Actisud accueille également des enseignes originales qui donnent au centre une valeur ajoutée.

Parmi celles-ci, **Hemslay**, spécialisée dans le prêt-à-porter homme et femme, la chaussure et l'accessoire, retient inmanquablement l'attention. Les clients sont accueillis dans un décor hors du commun qui a pour thème l'aviation. Un ULM Ultrastar de 8 mètres d'envergure, suspendu au plafond, surplombe une piste d'atterrissage peinte au sol et des morceaux de carlingues d'avions sont disséminés dans le magasin, à proximité d'un bar à jeans. Originaires de Metz et déjà propriétaires d'un magasin à l'espace Mezzanine de Metz-Technopole, les gérants sont les seuls indépendants du centre commercial.

Swarovski est habituellement une enseigne de ville ou de galerie commerciale. Les gérants, déjà présents au centre de Metz, ont été séduits à la fois par le côté novateur et futuriste du site et l'opportunité de toucher une clientèle plus large du fait de l'implantation en bord de l'A31. Pour eux, Waves et le centre-ville sont fondamentalement complémentaires en termes d'offre marchande.

De la même façon, l'implantation en retail park est une première qui a valeur de test pour **Séphora**. L'enseigne, très exigeante en termes d'image, mène une politique d'extension réfléchie et sélective. Elle a été attirée par la haute qualité architecturale du site et les installations mises à disposition des clients. Les services numériques proposés par Waves s'avèrent également complémentaires aux services interactifs développés par Séphora à l'échelon national. L'enseigne belge **L&L** (Lola et Liza) signe à Metz sa première implantation sur le territoire français. Spécialisée dans le prêt-à-porter féminin coloré, aux imprimés joyeux, elle s'adresse à une large tranche d'âge en

proposant différentes gammes de styles, allant du plus "casual" au plus sophistiqué. Avec une surface de 450 m², Waves leur offre la possibilité de présenter un grand choix d'articles parmi lesquels les clientes trouveront forcément leur bonheur.





APPORTER LE MEILLEUR AU CLIENT



LISTE DES ENSEIGNES

TRUFFAUT
LA GRANDE RÉCRÉ
HEMSLAY
ORCHESTRA
CULTURA
MAISONS DU MONDE
INTERSPORT
GEMO
VERT BEAUDET
ROLAND BEAUTE
NAF NAF
C&A
LOLA ET LIZA
CELIO
CHAUSSEA
NIKE
CACHE CACHE
BREAL
BONOBO
ETAM
CARRE BLANC
ZODIO
SERGENT MAJOR
CAMAÏEU
ARMAND THIERY
HISTOIRE D'OR
PROMOD
ERAM
OKAIDI
JENNYFER
GRAND OPTICAL
EASY STORE- APPLE PREMIUM
RESELLER
SAN MARINA
SEPHORA
PIMKIE
SWAROVSKI
BOSE

Pour que le visiteur se sente vraiment choyé, Waves lui sert sur un plateau d'argent « des services innovants pour une expérience shopping unique ». Ils concourent à faire de ce lieu un endroit où l'on se sent bien et où on a envie de rester.

Il y a bien sûr les services presque naturels pour un équipement de ce standing, comme, toilettes gratuites, prêt de parapluies, poussettes pour les étourdis ou les prévoyants qui gardent de la place dans la voiture pour les achats, ou fauteuils roulants pour les personnes à mobilité réduite, et les espaces de jeux pour les enfants.

Il y a ensuite les services dont Waves est particulièrement fier, comme **la navette électrique gratuite**, qui circule en permanence le long de la promenade (947 m à pied, ça use, ça use) et transporte les clients d'un magasin à l'autre, ou un petit train pour les enfants qui circule tous les mercredis et samedis en empruntant le même trajet que la navette.

Devenez VIP pour vous faire choyer

Un espace VIP est réservé aux meilleurs clients. Ici, pas besoin de pousser la chansonnette, ou de faire du cinéma pour être VIP, les familles qui ont dépensé 1 500 euros en une année et qui ont pensé à garder leurs preuves d'achats, vérifiées par de charmantes hôtesse, le sont à vie. Elles peuvent venir se reposer à l'espace lounge, à l'accueil du centre, où dans une atmosphère cosy, des machines à café, boissons fraîches, presse, TV et espace enfant sont à leur disposition.

Un centre hyper connecté

Waves propose tout un panel de services « connectés » qui révolutionnent le shopping. En plus de l'incontournable site internet, une application mobile, reliée à des beacons, petits capteurs invisibles présents devant chaque enseigne, donne des informations à la fois générales sur le

centre (services, spectacles, géolocalisation...) et plus précises en fonction de sa localisation sur le site (offre ponctuelle enseigne). Des bornes interactives, disposées tout le long de la promenade, servent à s'orienter, à connaître les offres en cours sur le centre (imprimables à partir de ces mêmes bornes) ou encore les jeux-concours, et font même office de livre d'or. Une vitrine shopping digitale a été installée parmi les enseignes. Il s'agit d'un écran qui présente des articles, pas forcément vendus sur le site pour renforcer l'offre, que les clients peuvent prendre en photo et commander directement via l'application mobile. Les produits sont à retirer à la Maison Waves ou livrables sous 48 heures à domicile. Un « social wall » met même le visiteur à l'honneur en lui permettant, s'il le souhaite, de se voir en photo sur un écran géant.



Enfin, Waves n'oublie pas les enfants avec Dragounet, sa mascotte, inspirée de la légende du Graouilly. Dragounet a son blog, sur lequel il raconte son histoire, et sa page Facebook. Il a décidé de se fixer à Metz et il vient à Waves pour chercher du travail. D'après des rumeurs émanant de la direction, les enfants n'ont pas fini de croiser leur nouvel ami sur la promenade : il est en effet devenu la mascotte du centre !

CE QU'ILS EN PENSENT...



" Il y a encore quelques jours, quand je passais devant le chantier, j'avais du mal à croire que tout serait prêt à temps. J'étais également persuadée que la circulation deviendrait impossible, mais la nouvelle voie d'accès et le souterrain, après l'affluence normale de l'ouverture, font que l'A31 ne sera pas plus encombrée. "



" Ici, ce n'est pas plus cher que dans les autres zones commerciales, mais le cadre est magnifique. Les promoteurs auraient pu faire juste du fonctionnel, mais ils ont fait du beau, pour nous qui n'avons pas de gros moyens. Le soir, avec les lumières, on se croirait à Las Vegas. Jamais je n'aurais imaginé emmener mes enfants à un tel spectacle. "



" D'habitude, c'est une contrainte d'emmener ma femme faire du shopping. Pas trop fan des magasins qu'elle affectionne, je reste souvent dans la voiture à l'attendre. Ici, chacun part de son côté. Elle, dans les magasins de vêtements ou décoration et moi, à la jardinerie ou tout simplement dehors, au bord de l'étang. "



" J'étais un peu réticente à l'idée de venir ici. J'avais entendu parler de la taille du site et j'avais peur que ce soit trop fatigant pour quelqu'un de mon âge. En fait, tout est pensé pour notre bien-être et les navettes électriques gratuites sont une solution épatante quand on n'a plus ses jambes de vingt ans. "



" Avec maman, on a suivi toutes les aventures de Dragounet sur son blog et aujourd'hui, je l'ai rencontré en vrai ! J'aimerais bien le ramener à la maison mais ce n'est pas possible. À Nancy, on n'a pas le Graouilly, ils ont de la chance les enfants ici. Mais quand je retournerai à l'école, je raconterai la légende à toute la classe ! "



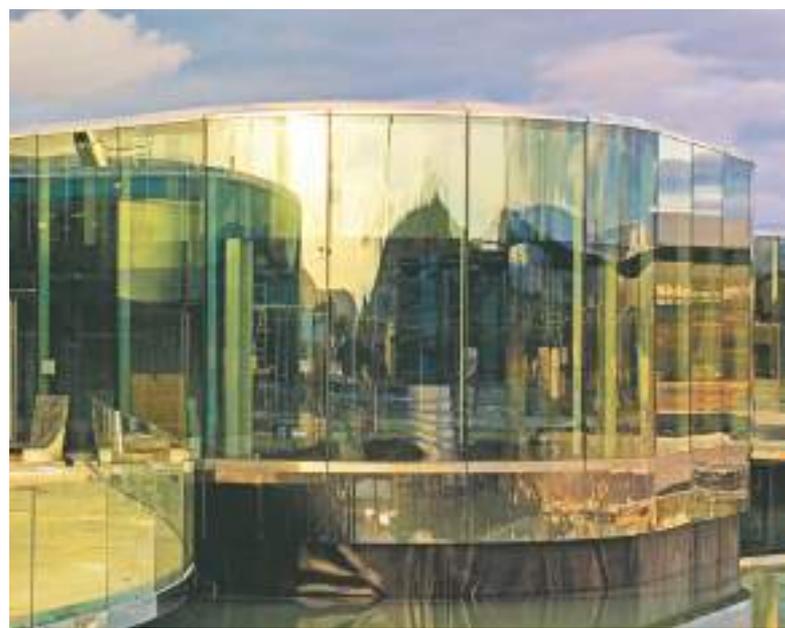
DÉTENTE...

Pour compléter son offre et faire de l'endroit un lieu de vie où l'on prend plaisir à rester, Waves propose à ses visiteurs neuf restaurants installés autour du lac. Jeux d'eau et animations participent à créer une ambiance unique.

AUTOUR DU LAC RESTAURATION ET LOISIRS...



On dit qu'il faut se méfier de l'eau qui dort...
À Waves Actisud, le lac et les terrasses qui l'entourent sont plutôt un lieu de détente et de plaisir, car l'eau n'y dort jamais très longtemps !
Comme à Las Vegas ou à Dubaï, des animations avec jeux d'eau en musique s'y déroulent tous les jours à intervalles réguliers.
La passerelle qui enjambe le lac devient un amphithéâtre qui permet d'assister aux spectacles donnés sur la scène située devant le lac. C'est là qu'ont lieu, dès la tombée du jour, des animations 3D avec des images projetées sur des murs d'eau, des effets de feu et d'eau, de la musique.
La scène accueille également des concerts.
Le lac et ses restaurants forment ainsi un espace protégé, à l'écart de la circulation automobile, où les familles se retrouvent après le shopping pour passer un moment de détente, d'amusement et de découverte.



Malgré les efforts fournis par toutes les équipes pour mener à son terme le titanesque projet dans les délais impartis, tous les restaurants n'ont pas encore ouvert leurs portes. Un peu de patience sera donc de mise... pour mieux nous mettre l'eau à la bouche.



Parce qu'un lieu de vie serait incomplet sans un espace restauration, Waves a mis les petits plats dans les grands.

Et pour que le visiteur puisse se sustenter en toute quiétude, les restaurants se trouvent à l'écart des magasins, déployés autour du lac, comme lovés en pleine nature. Il y en a pour tous les goûts, pour toutes les bourses et pour toutes les heures de la journée, de la restauration rapide à la restauration traditionnelle, en passant par les spécialités plus ou moins exotiques. L'espace restauration forme comme un village au bord de l'eau, avec ses terrasses et la vue sur le lac. Chacun peut à loisir se créer son propre univers. Chaque restaurant possède une grande terrasse pour les jours ensoleillés, sauf la crêperie qui se présente comme un grand

loft, et qui plonge littéralement dans le lac grâce à ses ouvertures vitrées.

De plus, tous les restaurants sont ouverts le soir. C'est là une autre des spécificités de Waves. L'éco-parc continue à vivre quand les autres centres commerciaux s'endorment. Le soir, les restaurants prennent le relais de la zone marchande et permettent aux visiteurs de prolonger le rêve pendant quelques heures encore, tout en profitant des spectacles et animations offerts sur le plan d'eau. La boucle est bouclée, la magie et la détente opèrent jusqu'au bout de la nuit.

Le moins qu'on puisse dire, c'est que les deux nouveaux gérants de Picnics se sont jetés dans l'aventure Waves à corps perdu. Tous deux cadres dans le secteur des transports, ils ont choisi de se reconvertir dans la restauration rapide en snacking ultra frais en prenant une licence de marque. Trois points de vente Picnics existent déjà sur Metz, qui appartient au propriétaire de la marque. Ici, tous les produits sont frais et faits maison.

Leurs deux produits phares sont les smoothies et les soupes, qu'ils déclinent sous toutes les saveurs.

On trouve donc ici une restauration qui répond à toutes les occasions de la journée (viennoiseries le matin, tartes l'après-midi...). On peut même venir se détendre autour d'un verre de vin, de bière ou de champagne à n'importe quelle heure de la journée. Une offre de vins locaux proposés au verre est à l'étude.

Si vous cherchez Picnics, vous ne le trouverez pas au pôle restauration mais sur le parvis, à proximité de la passerelle aux écaïlles, juste à côté des distributeurs de billets. Il suffit d'ailleurs de s'orienter à l'aide des bornes interactives. Quand on vous dit que Waves, c'est la belle vie !



LES RESTAURANTS DE WAVES

LA LUNA
TOO BAGEL
PICNICS
100 PATATES
CREPERIE PRETI
PERE FLAMENKUCHE
TOMMY'S DINER





Infos pratiques...

CENTRE COMMERCIAL WAVES ACTISUD

1, chemin de la Pie Grièche
57160 Moulins-lès-Metz
03 87 37 46 20
accueil@wavesactisud.com
www.wavesactisud.com

ACCÈS

De Metz : A31 sortie 30a, de Nancy : sortie 30
Bus : ligne 1, arrêt Tournebride
puis navette Actisud, arrêt Waves Actisud

HORAIRES D'OUVERTURE

Les magasins sont ouverts
du lundi au samedi de 10h à 20h
Les restaurants sont ouverts
du lundi au dimanche, à partir de 9h et jusqu'à minuit

Télécharger l'appli gratuite Waves Actisud sur votre smartphone



 facebook.com/wavesactisud

 twitter.com/waves_actisud

 instagram.com/waves_actisud



découvrez la mascotte
du centre avec le blog Dragounet
www.dragounet.fr

Adhérez, c'est gratuit !



waves
ACTISUD
*is all you need**
* Waves of ideas, with 24 branches