

UNE ARENA POUR LES HAUTS-DE-SEINE

ATELIERS OUEST PARISIEN 29 JANVIER 2010

01

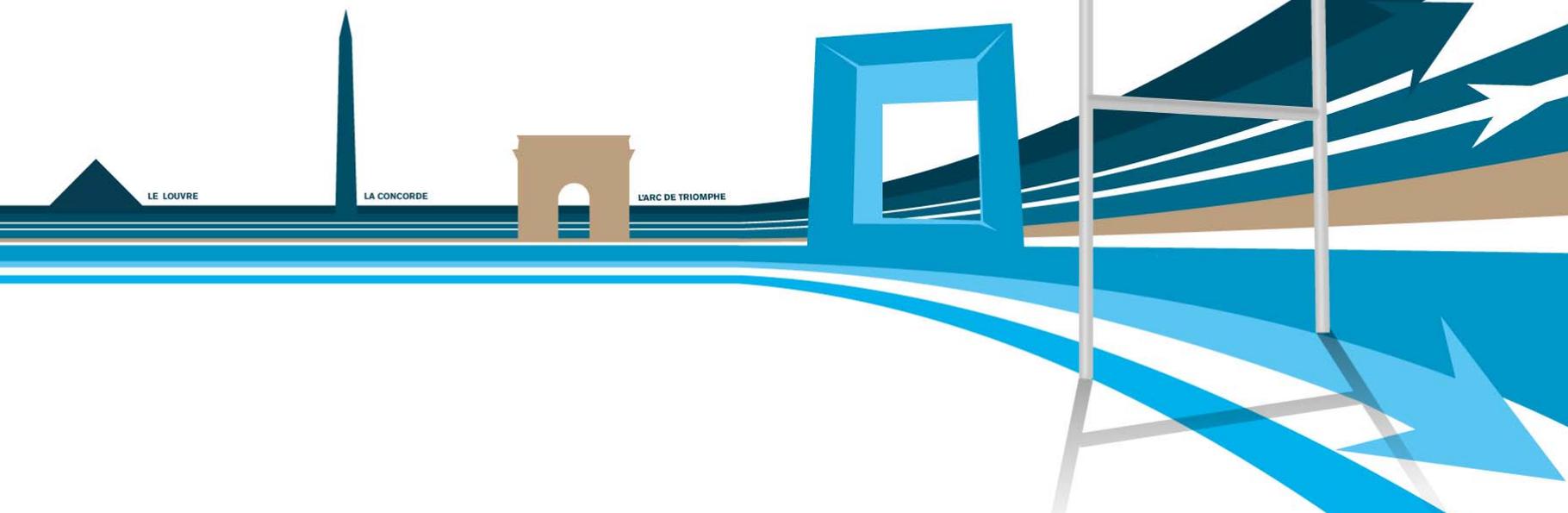
Naissance d'Arena 92

- Une Volonté
- Un Site
- Un Territoire
- Un Projet
- Un Besoin



L'ouverture sur de nouvelles perspectives

- Dans le prolongement de l'Axe Historique, la Grande Arche de la Défense apparaît comme une fenêtre ouvrant sur des possibles.
- Symbole de Fraternité, elle appelle l'édification d'un lieu de combats pacifiques, de sports et de cultures marquant une **nouvelle étape dans l'histoire de La Défense.**



Le terreau : Nanterre

- Le projet s'enracine dans un terreau fertile
 - › **porté par le projet Seine Arche** visant à restaurer les liens entre la ville et ses communes ou quartiers environnants
 - › **dynamisé par une population active** représentant près de 50% de la population totale
 - › **stimulé par ses habitants réceptifs au sport** (70 manifestations sportives par an et 1300 matchs de championnats) **et à la culture** (présélection de la ville pour devenir Centre national de recherche, de conservation et de restauration du patrimoine)
 - › **irrigué par son réseau de transports** : RER A, T2, M1, bus, A14, réseau SNCF
- En d'autres termes, **un terreau favorable...**



Le catalyseur : le Racing Métro 92

- A l'image d'une **graine porteuse de valeurs**, le ballon de rugby du Racing Métro 92 donne naissance à un grand projet commun.
- Ce projet est porteur d'une double ambition pour les Hauts-de-Seine:
 - › donner naissance à un **stade du futur**, et plus encore...
 - › inaugurer un **nouveau stade de notre histoire**.



TENACITÉ

AUDACE



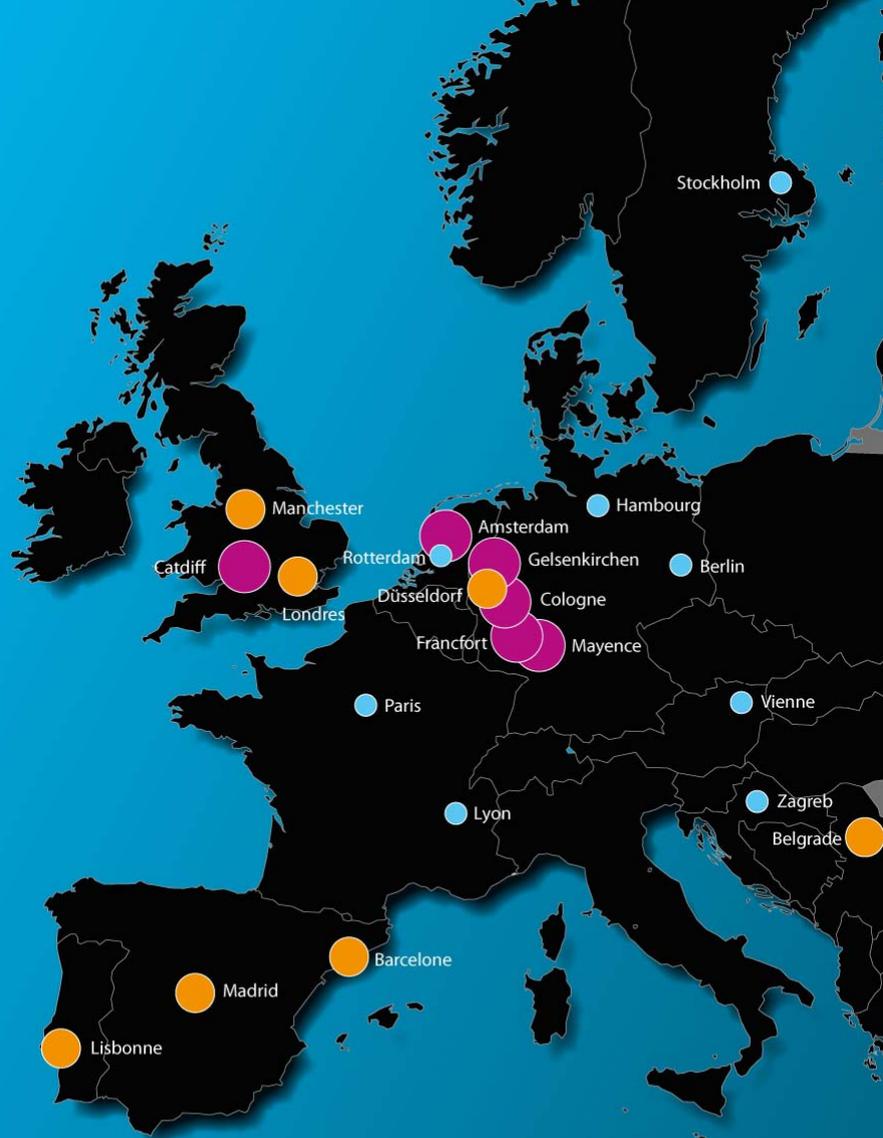
RESPECT

PASSION

CONVIVIALITÉ

Arena 92 répond à un vrai besoin

- **Un constat** : la France ne dispose pas de salles couvertes accueillant plus de 30.000 personnes.
- Arena 92 **comble un manque en Europe** et permettra de :
 - › rattraper le retard de la France par rapport aux pays voisins (Royaume-Uni, Allemagne)
 - › renforcer la position des Hauts-de-Seine face à l'émergence de métropoles européennes concurrentes (Londres, Berlin, Amsterdam)
- Arena 92 **complète l'offre en Ile-de-France** :
 - › Stade de France et Parc des Princes : 80.000 et 50.000 places, mais non couverts
 - › POPB : une jauge limitée à 15.000 personnes



CAPACITÉ DES SALLES COUVERTES (EN MILLIERS)

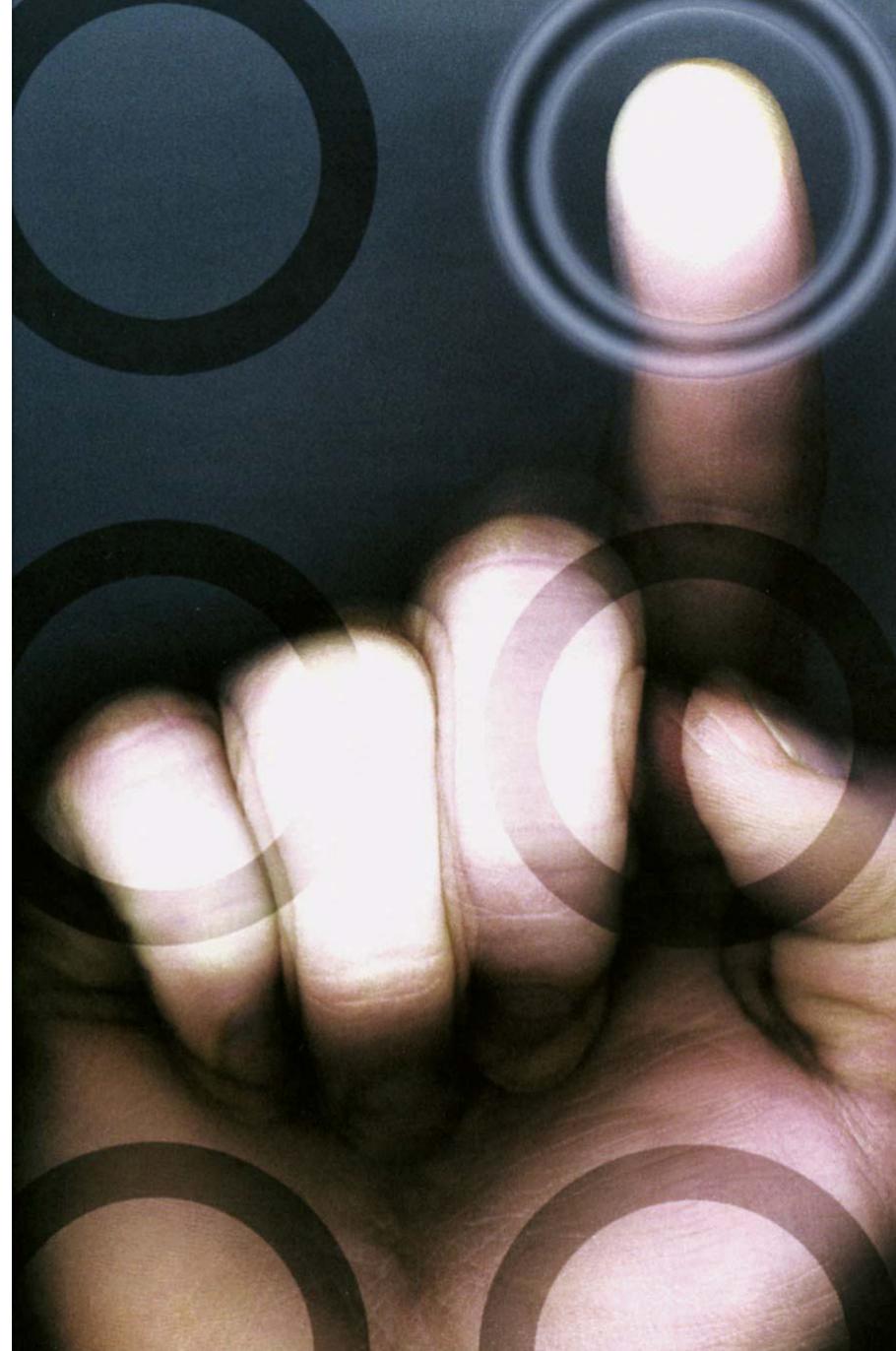


arena 92



Une ambition : inventer le meilleur des stades européens

- A quels impératifs doit-on répondre lorsque l'on décide aujourd'hui de se lancer dans la construction d'un stade ?
- L'étude des plus grandes salles d'Europe permet d'extraire les points forts dont le projet pourra s'inspirer.





AMSTERDAM
Arena

(AMSTERDAM, PAYS-BAS)



INTÉGRÉ
AU QUARTIER D'AFFAIRES
PROGRAMMATION
ÉCLECTIQUE



Spore DOME

(ARNHEM, PAYS-BAS)

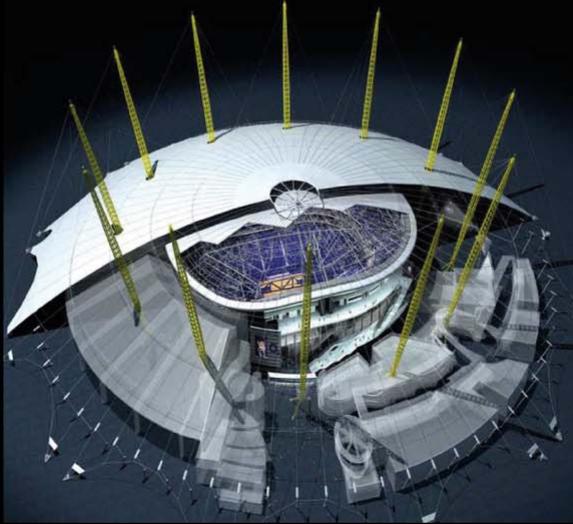


**MULTI MODALITÉ
TAILLE HUMAINE**



The O₂

(LONDRES, ROYAUME-UNI)



**DESTINATION LOISIRS
MODERNITÉ**



STADE DE SUISSE

(BERNE, SUISSE)



**DEVELOPPEMENT DURABLE
& INTÉGRATION
DANS LA VILLE**





Allianz  Arena
(MUNICH, ALLEMAGNE)



ARCHITECTURE IDENTITAIRE

02

Les piliers du projet



UN PRODUIT COMPLET

programmation variée
modularité
flexibilité

UN LIEU CONNECTÉ

connectivité
high tech
intégration urbaine



UN ESPACE CITOYEN

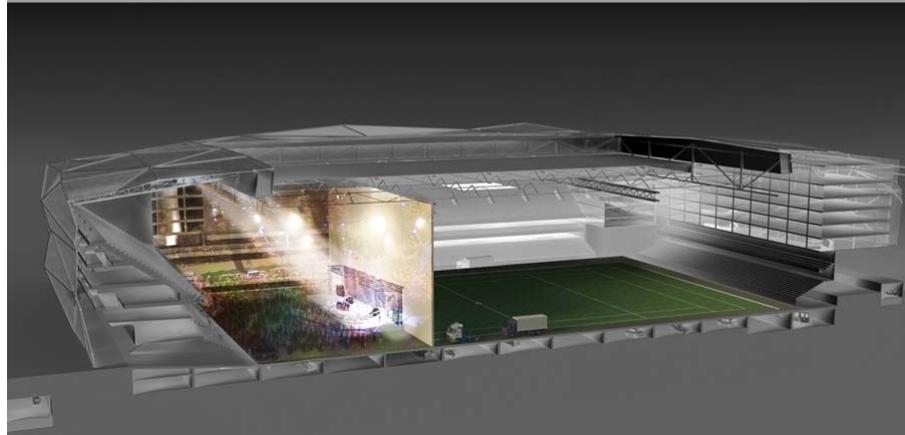
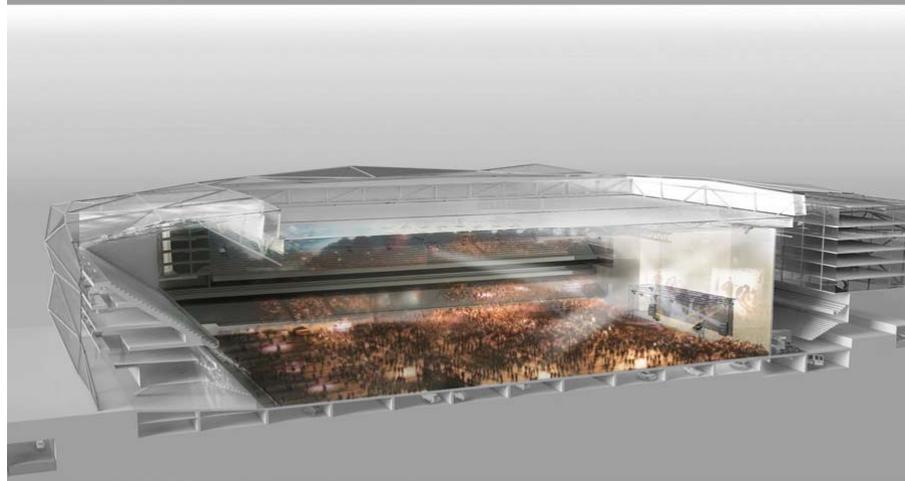
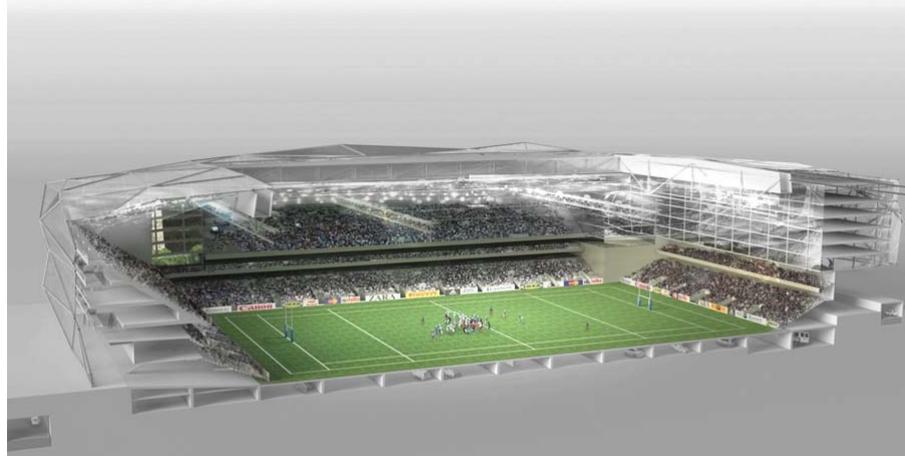
développement durable

UN OBJET COMMUNICANT

architecture identitaire

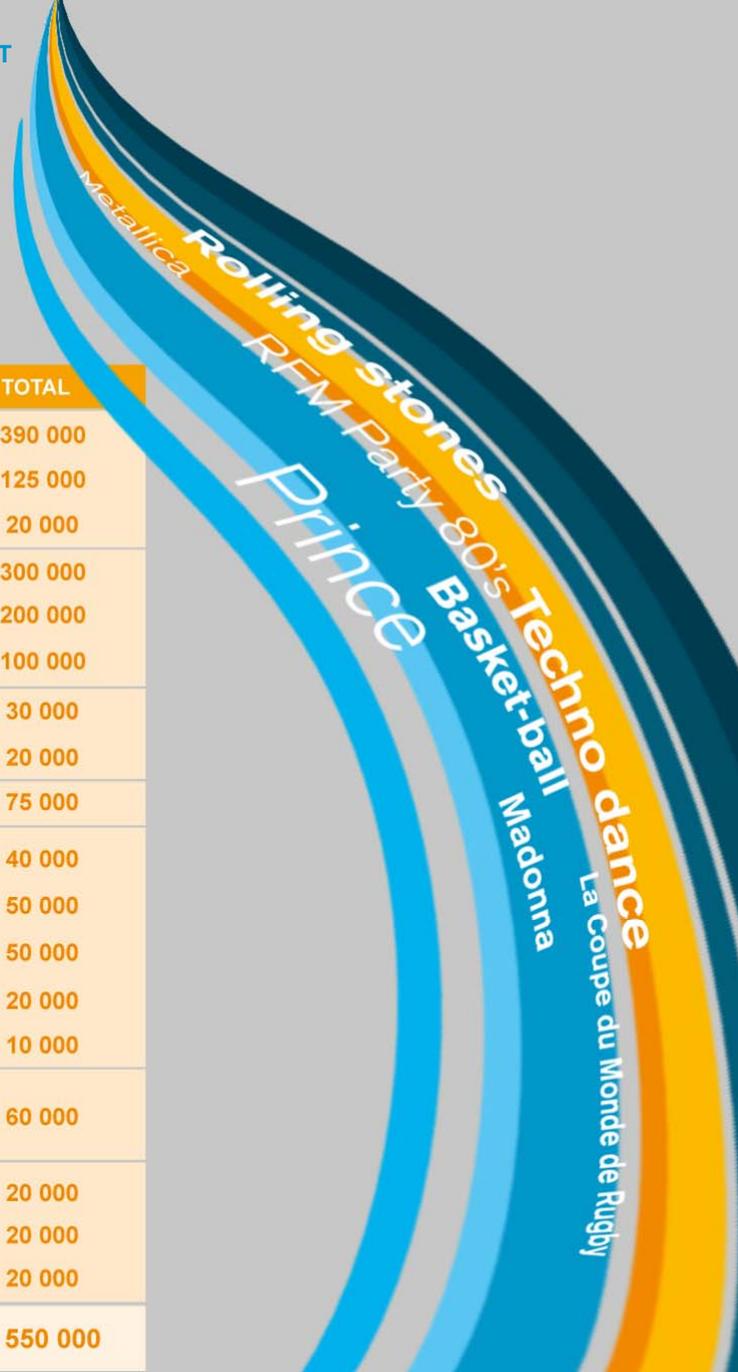
1 Un produit complet : modularité et flexibilité

- Grâce à des **technologies innovantes...**
 - › pelouse synthétique,
 - › cloisons acoustiques
- ...et à une **structure entièrement flexible**
 - › toit rétractable, tribunes amovibles...
 - › 40.000 personnes en mode concert, 30.000 en mode stade, ou quelques milliers pour des concerts plus intimistes
- **Arena 92 est un stade intelligent** : une modularité simple, rapide et économique, qui permet de mettre en valeur une programmation variée.



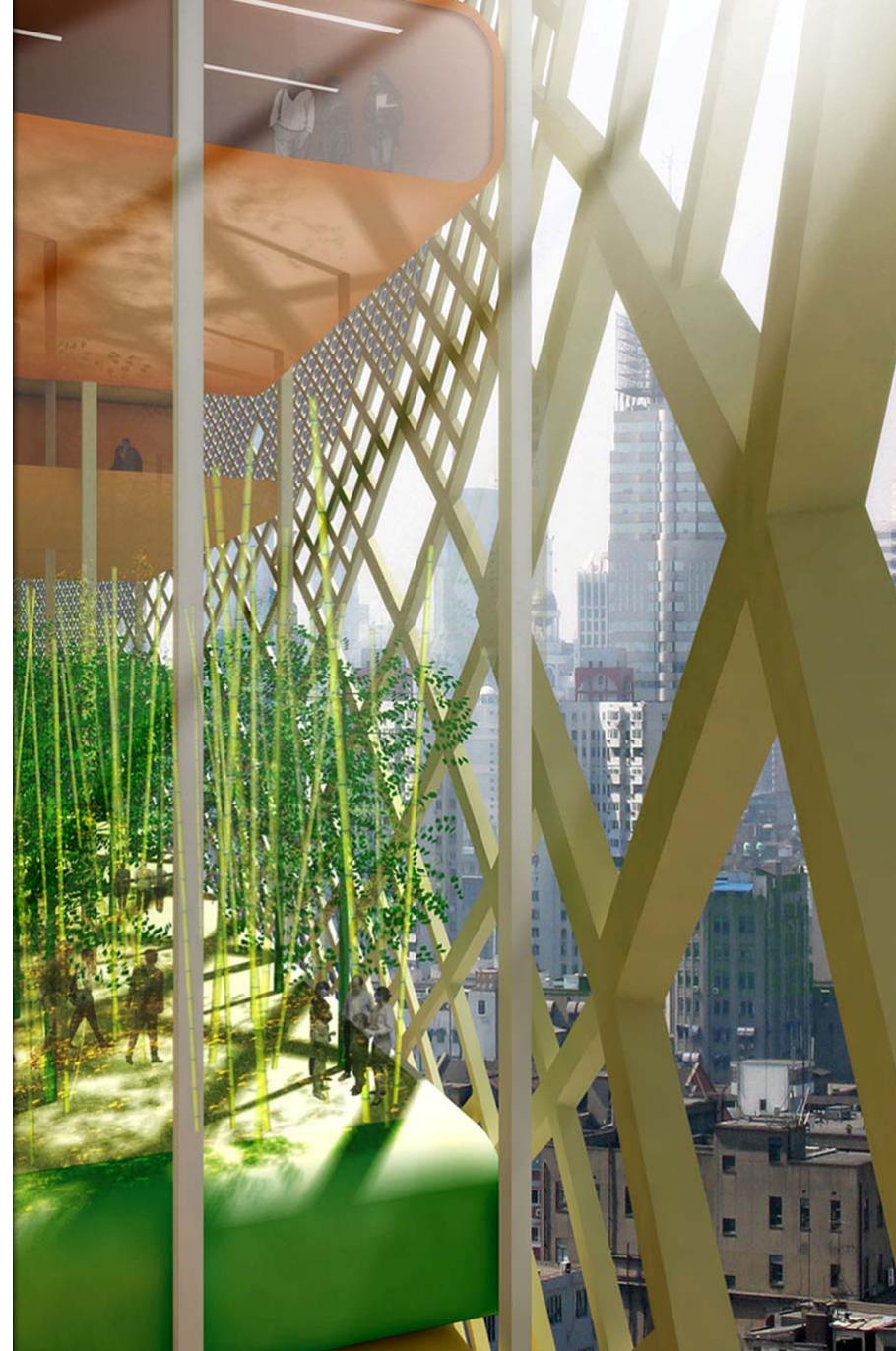
1 Un produit complet : programmation éclectique

ACTIVITÉS		SPECTATEURS	NB	TOTAL
Rugby	Championnat	25 000	13	390 000
	Europe	25 000	5	125 000
	Amical	10 000	2	20 000
Concerts contemporains		30 000	10	300 000
		20 000	10	200 000
		10 000	10	100 000
Concerts classiques opéras		30 000	1	30 000
		20 000	1	20 000
Festival (un festival annuel sur 3 jours)		25 000	3	75 000
Conventions, séminaires, arbres de Noël		20 000	2	40 000
		10 000	5	50 000
		5 000	10	50 000
		1 000	20	20 000
		100	100	10 000
Animations (2 animations sur 10 jours)	Plage, Neige	2 000	30	60 000
Spectacles sportifs	Moto Auto	20 000	1	20 000
	Cheval	20 000	1	20 000
	Autres (Exhibition...)	20 000	1	20 000
TOTAL			225	1 550 000

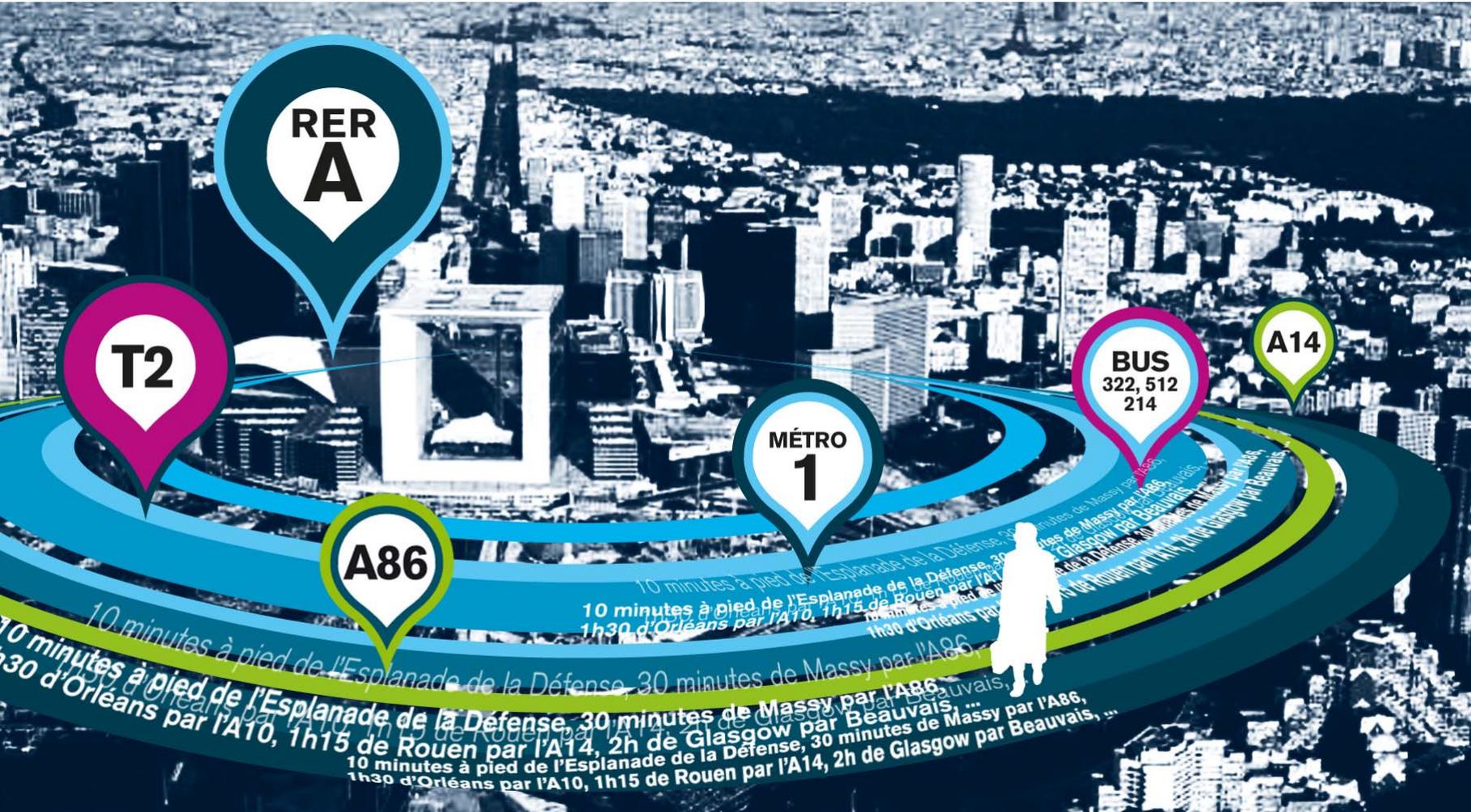


2 Un espace citoyen

- Un espace **respectueux de son environnement**
 - › accès multimodal existant (90 % par transports en commun)
 - › offre de parking intégré (500 places),
 - › insonorisation par couverture,
 - › création d'espaces verts en périphérie du stade
- Un lieu **à la pointe du développement durable**
 - › installation de cellules photovoltaïques sur la toiture, récupération des eaux de pluie
 - › le respect des exigences liée à la certification HQE

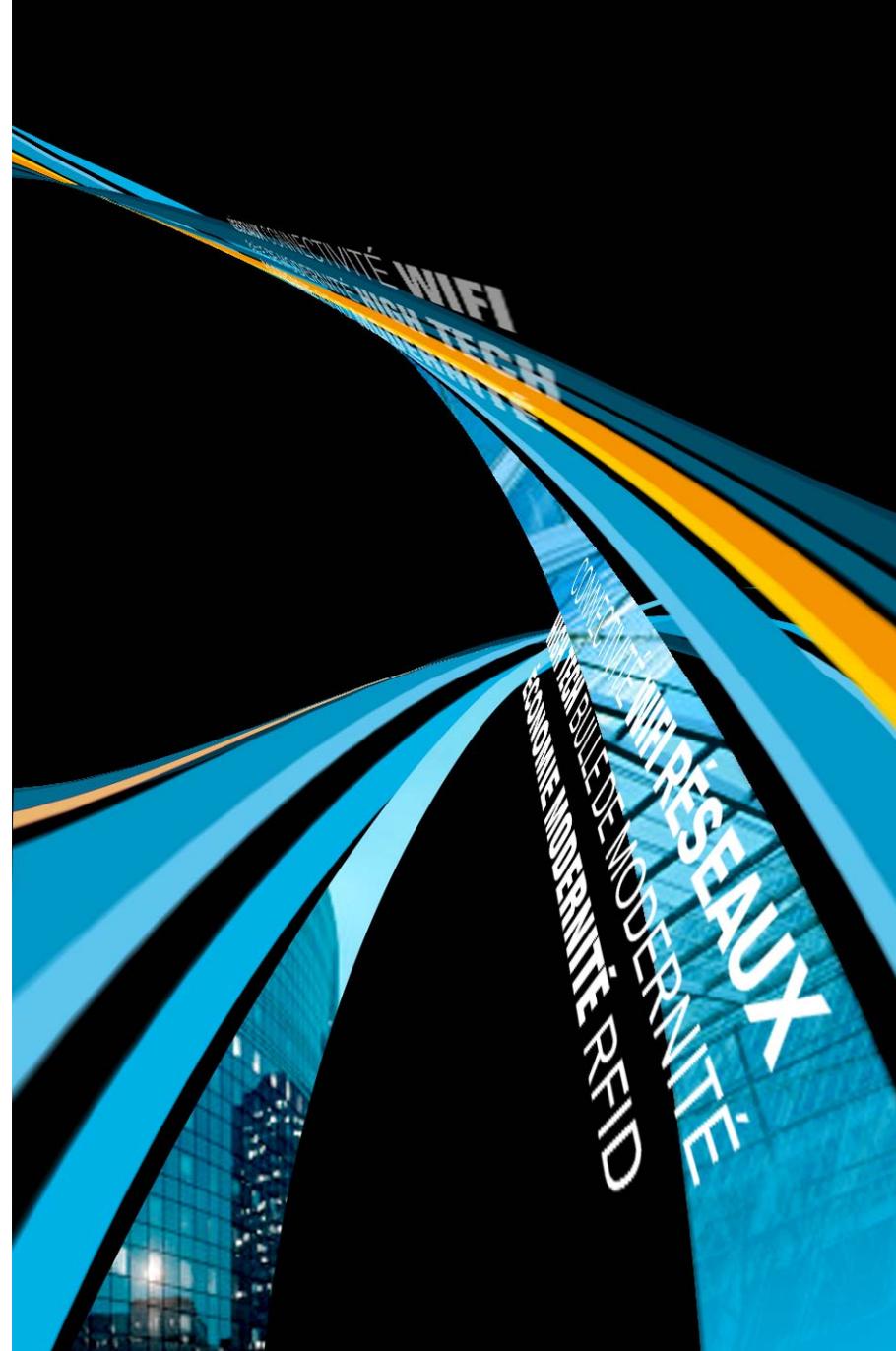


3 Un lieu connecté avec l'extérieur



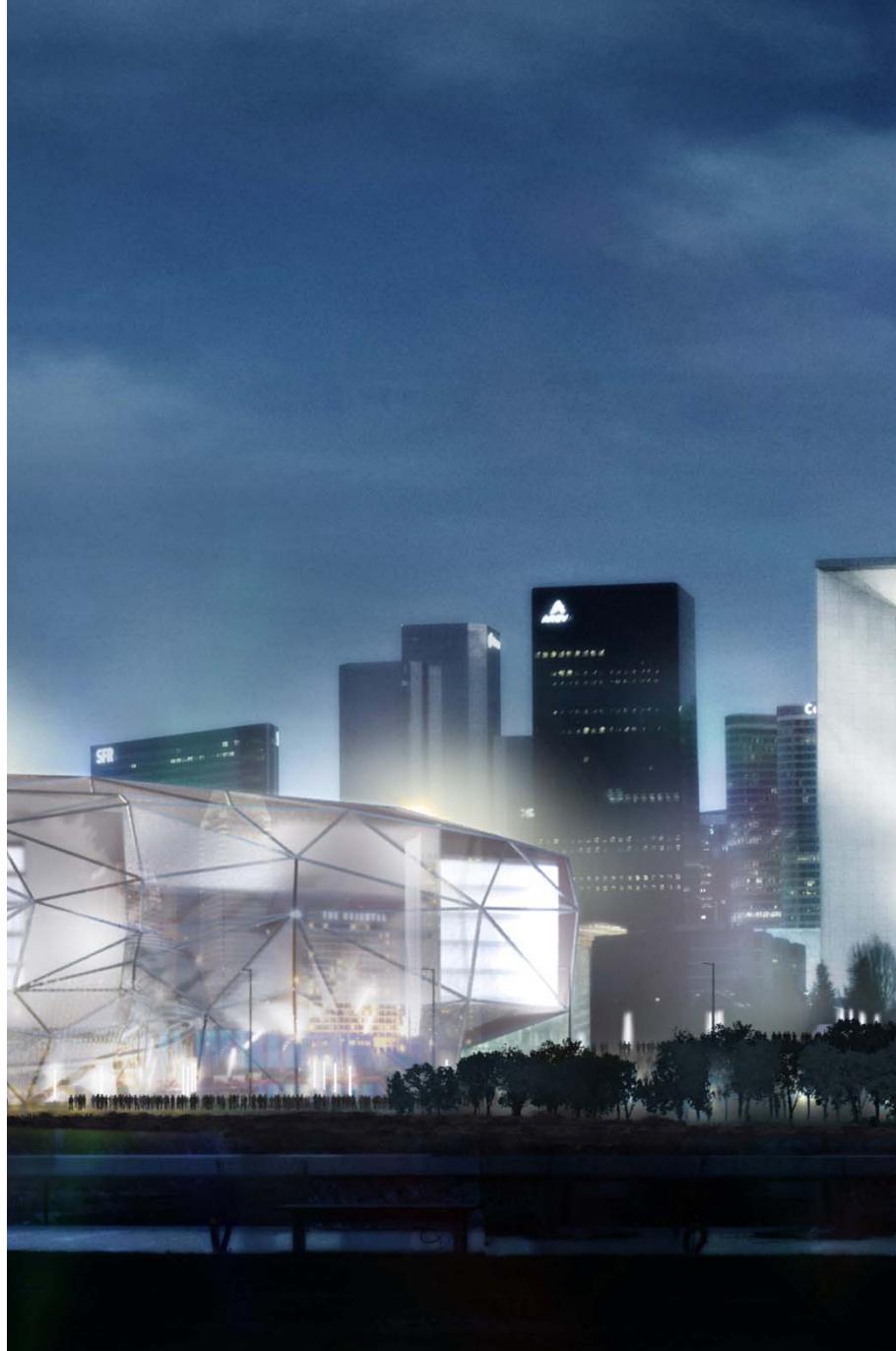
3 Un lieu connecté à l'intérieur

- La technologie au service de la **convivialité** et de la **sécurité des publics** :
 - › e-ticketing
 - › contrôle des accès par bornes RFID et blue-tooth
 - › réseau de télévision interne
 - › monétique électronique
- Un **parti pris esthétique** :
 - › intégration de la scénographie dès la conception
 - › des installations innovantes pour une immersion dans un environnement high-tech (écrans plasma et murs d'images)



4 Un objet communicant

- **Par la signature qu'il portera**
 - › Le choix des architectes fera l'objet d'un concours international
 - › L'architecture de Arena 92 sera exceptionnelle; son ambition : être identifiée au premier coup d'oeil, au même titre qu'un monument.
- **Par son intégration urbaine**
 - › Un projet d'une telle ampleur est structurant pour la ville, Arena 92 fera partie intégrante de son environnement.
- **Une architecture identitaire**, fruit de la concertation et de l'implication des élus.



03

Les atouts



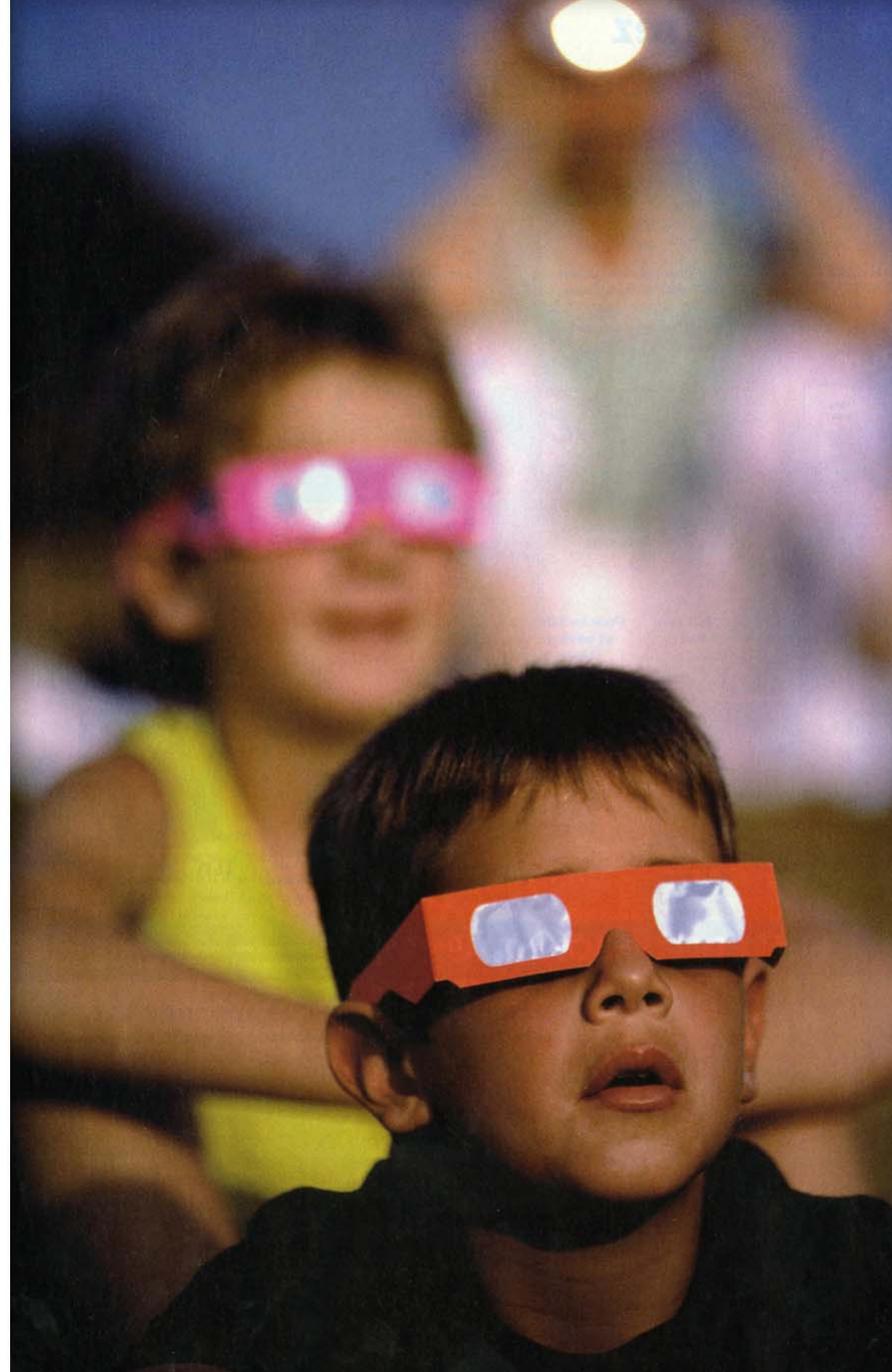
L'atout sport

- **Un stade fédérateur**
 - › Les «Ciel et Blanc » du Racing Métro 92, résidents du stade, porteront haut et fort les couleurs et les valeurs du département.
 - › Ils renforceront la fierté d'appartenance de ses habitants par leur combat et leur succès.
- **Un stade ouvert à tous les sportifs**
 - › Incarnation du credo départemental "le sport pour tous", il sera le lieu de rencontres de tous les amoureux du sport,
 - › pratiquants et spectateurs, professionnels et amateurs, petits et grands.



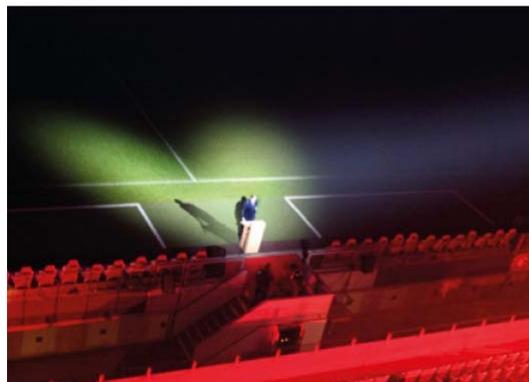
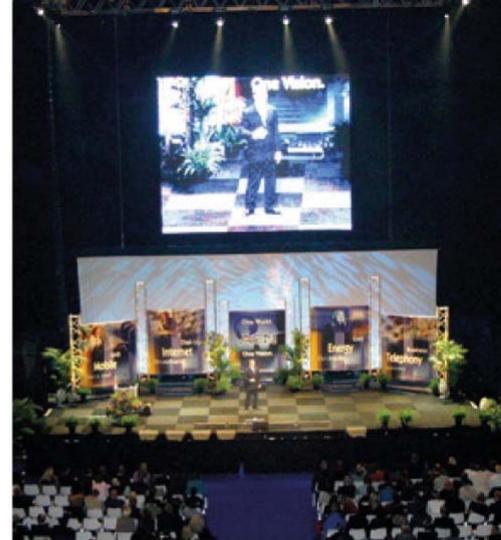
L'atout culture

- **Un véritable émetteur culturel**
 - › Une société de production résidente pour faire vivre le lieu au rythme de plus de 200 manifestations par an.
- **Un espace dédié à la créativité**
 - › Grâce à sa modularité, Arena 92 pourra s'adapter à tous types de manifestations, du concert grand public au concert classique plus confidentiel.
- Plus qu'un simple lieu de réception, Arena 92 est à la fois créateur et transmetteur de sens : un **media culturel** à part entière.



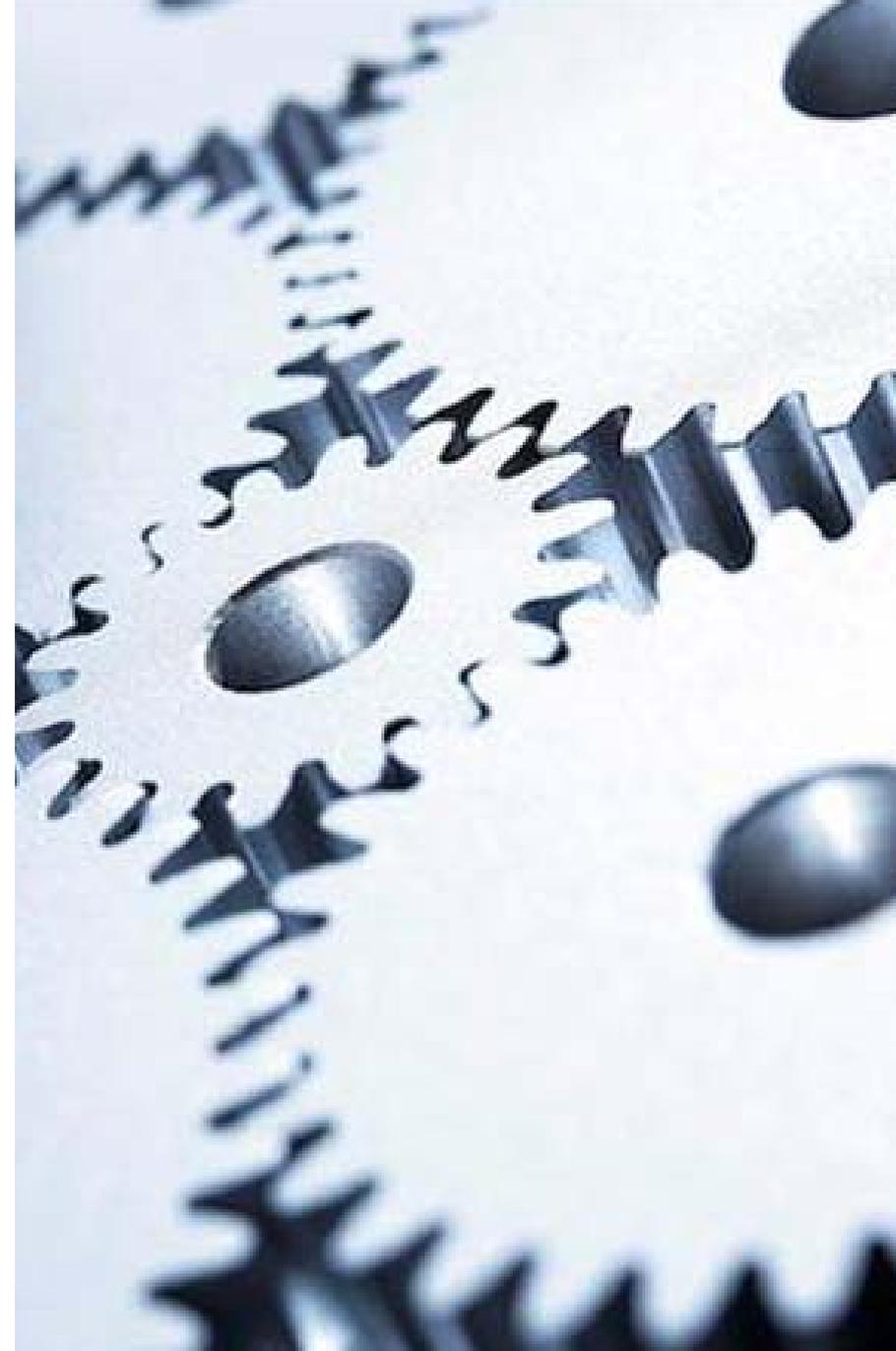
L'atout événementiel

- Arena 92 complète et enrichit l'offre du CNIT.
- Les Hauts-de-Seine pourront ainsi élargir leurs réponses à **tous les acteurs** du département :
 - › entreprises privées
 - › collectivités territoriales
 - › établissements publics
- La modularité de la structure permettra l'organisation d'une **large palette d'événements**
 - › lancement de produits
 - › activités extra-scolaires (plage, neige)
 - › conférences, congrès, salons



L'atout économique : un financement privé

- Arena 92 est un projet entièrement financé par des **capitaux privés** :
 - › Le Naming
 - › La société d'exploitation
 - › La vente des droits à construire
- Ce financement privé est **sans risque** pour la collectivité, puisqu'il couvre:
 - › l'intégralité de l'investissement (200 M€, dont 150 M€ de construction)
 - › les risques d'exploitation et de production



L'atout économique : un potentiel à activer

- **Retombées directes sur les Hauts-de-Seine**
 - › Croissance nette du PIB estimée à 174 M€
 - › création d'environ 2800 emplois
 - › retombées touristiques : 23 M€
 - › retombées fiscales : 5 M€ de taxes
- **Retombées indirectes**
 - › valorisation du produit immobilier «La Défense»
 - › impact en termes d'image et de notoriété
- Arena 92 s'inscrit donc au cœur des **objectifs stratégiques**
 - › de l'Etat (Plan de Renouveau de La Défense, Plan de Relance)
 - › de l'EPASA (aménagement du Faisceau)
 - › du monde du sport (contribuer à la solidité du dossier de la France pour l'Euro 2016)



L'atout équilibre urbain

- Les Hauts-de-Seine sont au centre d'enjeux nationaux et locaux, publics et privés, qui convergent tous vers un objectif commun :
 - › **rééquilibrer l'urbain en intégrant l'économique, le social et le culturel.**
- Arena 92 est un point d'équilibre dans l'urbanisme de La Défense,
 - › Arena 92 régénère le quartier lorsqu'il est inerte (le soir et le week end)
 - › La Défense n'est plus seulement un quartier d'affaires mais devient **un quartier à vivre**
- Grâce à Arena 92, La Défense peut devenir **une vraie destination**, un lieu de rencontres :
 - › rencontres sportives, rencontres humaines, rencontres entre territoires...



L'atout médiatique

- La programmation éclectique d'Arena 92 en fait **un outil de communication** exceptionnel pour l'ensemble des acteurs du département, qui pourront capitaliser sur la diversité des manifestations :
 - › La venue d'artistes internationaux
 - › L'organisation d'événements spectaculaires
 - › La production de manifestations sur-mesure
- Tout comme le lieu, ce vecteur médiatique sera modulable et saura **cibler différents publics** en fonction des programmes.



EN RÉSUMÉ

àRENà 92

Un concentré de modernité

**UN PRODUIT COMPLET
ET MODULABLE**

UN ESPACE CITOYEN

**UN LIEU
DE CONNEXIONS**

**UN OBJET
COMMUNICANT**

Des opportunités

1 Contribuer au projet d'urbanisme
Seine-Arche

2 Profiter des retombées économiques
sans risque financier

3 Faire vivre un quartier grâce au
sport et à la culture

4 Faire bénéficier les acteurs
locaux d'un nouvel outil de
communication



ARENA 92

le nouveau stade de notre histoire