



Atenor veut marquer le coup et participer à la reprise des bureaux dans 11 endroits stratégiques de Bruxelles, mais aussi à La Hulpe et à Deinze. © D.R.

Atenor veut réveiller la ville

Les actions marketing se multiplient en immobilier. Dès le 20 septembre, le promoteur basé à La Hulpe offrira le café aux passants, Bruxellois et autres.

PAOLO LEONARDI

Le marketing est devenu incontournable en immobilier, surtout aujourd'hui puisque les moyens de communiquer n'ont jamais été aussi nombreux et variés. Et chacun y va de son ingéniosité pour se démarquer.

A ce petit jeu, Atenor n'est jamais à la traîne. Le promoteur lance dès le 20 septembre, à travers des lieux bruxellois où il a des projets déjà réalisés ou en cours d'exécution, une opération qui veut s'inscrire dans le retour (progressif) à la normale auquel nous assistons tous. « Wake up the City » (que l'on peut traduire par « Réveiller la ville ») proposera ainsi une tasse de café gratuite à tous les

passants désireux d'entamer leur journée sur le meilleur des modes qui soit.

A cet effet, le promoteur a réservé un *coffee truck* qui se déplacera pendant 13 jours dans des endroits stratégiques de la capitale. Citons notamment la gare du Midi (où Atenor ne désespère pas de voir sortir un jour de terre son projet Victor, rebaptisé Move'Hub et développé désormais en partenariat avec BPI), la gare et la place du Luxembourg, la gare du Nord, la gare de La Hulpe, sans oublier l'écrin de verdure du Nysdam Office Park (à La Hulpe lui aussi) où Atenor a son siège. L'opération prendra fin le 6 octobre par une deuxième incursion hors Bruxelles, à Deinze, commune proche de Gand, où Atenor construit son premier projet en Flandre. Histoire de donner du relief à l'opération, le camion ambulancier stationnera également devant les bureaux de la RTBF, RTL, Roularta et Rosel (éditeur du *Soir*).

Pourtant, chez Atenor, on insiste sur le fait que Wake Up the City ne vise aucun retour sur investissement, et ce, même si un contrat a été signé avec une boîte d'influenceurs qui seront amenés à prêcher sa bonne parole à leur manière via les réseaux sociaux qui leur sont chers. « Aucune information ou dépliant publicitaire sur notre société ne seront donnés à ceux qui viendront prendre leur tasse de café », insiste Maral Reghabi, la responsable communication et marketing chez

Atenor, à la base de la manœuvre. « Wake up the City fait partie de nos actions responsables. Notre mission première est de construire des immeubles, mais elle s'accompagne d'engagements. Atenor a toujours revendiqué être un acteur de la ville, qui aime la ville et qui œuvre pour elle et ses habitants. Nous devons assumer ce genre de prises de position, cette action s'inscrit parfaitement dans cet objectif. »

« Célébrer le retour à la vie ! »

Histoire d'être dans l'air du temps, le café sera bien sûr issu du commerce équitable et le gobelet dans lequel il sera servi présentera des propriétés biodégradables. « Le café du matin symbolise à merveille un moment de partage, et on espère que les gens s'arrêteront un moment pour faire connaissance et discuter le bout de gras. Avec les bureaux qui recommencent petit à petit à se remplir, nous avons pensé pouvoir nous aussi aider Bruxelles à se réveiller », sourit notre interlocutrice. « Nous sortons tous d'une longue période de pandémie où les liens sociaux ont été brisés. Le moment est venu de célébrer le retour à la vie ! »

Atenor, qui a développé jusqu'ici quelque 800.000 m² de bureaux à Bruxelles, n'en est pas à sa première en matière d'actions qui cassent les codes d'un secteur, il est vrai encore trop traditionnel, comme l'immobilier. Art for Ci-

ties visait à mettre en avant l'art urbain au travers d'une exposition de photos d'œuvres de street art. Acting for the Future oblige Atenor à planter des arbres dans les dix pays européens où le promoteur est implanté. Au travers d'Acting for People, enfin, Atenor a organisé une vente aux enchères de tableaux au profit des infirmiers de rue, cette catégorie n'étant pas la seule à être soutenue puisqu'on retrouve plusieurs organisations d'aide aux plus défavorisés parmi les bénéficiaires du promoteur (notamment les Restos du Cœur à Paris). « Ces actions illustrent notre engagement pour une ville sous toutes ses facettes », explique Maral Reghabi. « Elles témoignent de la vision à 360° d'Atenor, qui est un transformateur du tissu urbain qui s'appuie sur trois axes forts : la résilience économique, la contribution environnementale et l'impact sociétal. Wake up the City fait partie de ces petites actions qui ne vont sûrement pas changer le monde, mais elles sont malgré tout importantes à nos yeux. »

Vous êtes amateur de *cappuccino* ou de *macchiato* ? Le premier rendez-vous est fixé le 20 septembre, dès 8h00, place Victor Horta, devant la gare du Midi. Idem pour les fans de *l'espresso* bien tassé sans lequel la journée commence forcément mal... voire pas du tout. Amateurs de café au percolateur, passez votre chemin !



Avec les bureaux qui petit à petit recommencent à se remplir, nous avons pensé pouvoir nous aussi aider Bruxelles à se réveiller

Maral Reghabi

Responsable marketing
chez Atenor

