

ecla

COMMUNIQUÉ
DE PRESSE

Paris et Montpellier,
1^{er} octobre 2024



**Ecla : Une nouvelle identité
de marque créée en
collaboration avec Lonsdale,
pour une expérience de vie
réinventée**



Paris et Montpellier, le 1^{er} octobre 2024 – Depuis son lancement en 2018, Ecla, concept développé et porté par UXCO Group, s'est rapidement imposé comme une référence du coliving pour étudiants et jeunes actifs.

À l'heure où les besoins des nouvelles générations évoluent et se transforment, **Ecla se réinvente avec une nouvelle identité de marque**, créée en collaboration avec Lonsdale, agence de branding et design. Plus en phase avec ses ambitions et celles de ses habitants, cette évolution marque une étape importante dans l'histoire **d'Ecla**, tout en **renforçant ses engagements** : offrir bien plus qu'un simple logement, **une véritable expérience de vie où la communauté, le partage et l'innovation sont présents à chaque instant.**

Ecla, une vision qui **Évolue avec son temps**

L'histoire d'Ecla commence en **2018** avec l'ouverture de la résidence Ecla Paris Massy-Palaiseau. Dès ses débuts, la marque **a redéfini les standards du logement étudiant et coliving** en France, plaçant l'humain, son environnement et l'innovation au centre de ses préoccupations. Né du think-tank "Les Murs ont des Idées - une initiative portée par la structure promotion du groupe, Océanis Promotion, rassemblant sociologues, psychologues et urbanistes - Ecla a été conçue pour **répondre aux enjeux de la ville et du bâtiment du futur**. La marque s'est rapidement distinguée par sa capacité à **anticiper les besoins d'une génération en quête de connexions authentiques**, tout en offrant des **services haut de gamme** et des espaces de vie conçus pour **encourager les échanges et la convivialité**.

Après plusieurs années de succès, UXCO Group a souhaité **réinventer l'image d'Ecla** pour mieux répondre aux **défis actuels** du marché et aux **aspirations des habitants**. Ce rebranding reflète la volonté de faire d'Ecla une marque encore **plus forte et inclusive**, à l'image des **valeurs** qui la définissent depuis sa création : **innovation, inclusion et collectif**.

Un positionnement renouvelé pour une **Expérience Ecla toujours plus inspirante**

Cette nouvelle
identité
s'accompagne
d'objectifs clairs
pour l'avenir :

- **Affirmer Ecla comme une marque de référence** : Ecla vise à devenir la marque de référence dans le secteur du coliving, en consolidant sa position de leader grâce à des valeurs fortes et une identité affirmée. L'objectif est d'offrir **une expérience de vie résidentielle unique, mémorable, et tournée vers l'avenir**.
- **Harmoniser la communication pour une portée plus large** : La nouvelle identité de marque d'Ecla permet une communication plus cohérente et alignée, tout en conservant la flexibilité nécessaire pour **répondre aux attentes variées de ses habitants**. Le message, simplifié mais puissant, vise à toucher une audience plus large, tout en restant pertinent pour chacune des cibles.
- **Créer une expérience client mémorable** : Ecla s'engage à transformer l'expérience résidentielle fonctionnelle en une expérience véritablement inoubliable. En tant que « **House of positive energies** », Ecla favorise un environnement où les connexions humaines sont au cœur de la vie quotidienne. Chaque habitant a l'opportunité de créer des **liens solides et durables**, grâce aux nombreux espaces communs et aux animations régulières, offrant ainsi bien plus qu'un simple lieu de vie : **une expérience unique, ancrée dans des communautés dynamiques et solidaires**.



House of Energies :

L'inspiration au cœur de la nouvelle identité Ecla

Au-delà de simples espaces de coliving, les résidences Ecla deviennent des « **House of Energies** », des lieux où chaque habitant apporte et partage son énergie unique. Ecla se transforme en un véritable **catalyseur d'inspiration**, où la diversité des parcours et des personnalités crée une **synergie enrichissante**. Dans ces maisons, les habitants ne se contentent pas de vivre ensemble, ils créent et évoluent ensemble. Cette vision se matérialise à travers des **espaces conçus pour favoriser les échanges spontanés, les collaborations créatives et les initiatives collectives**.

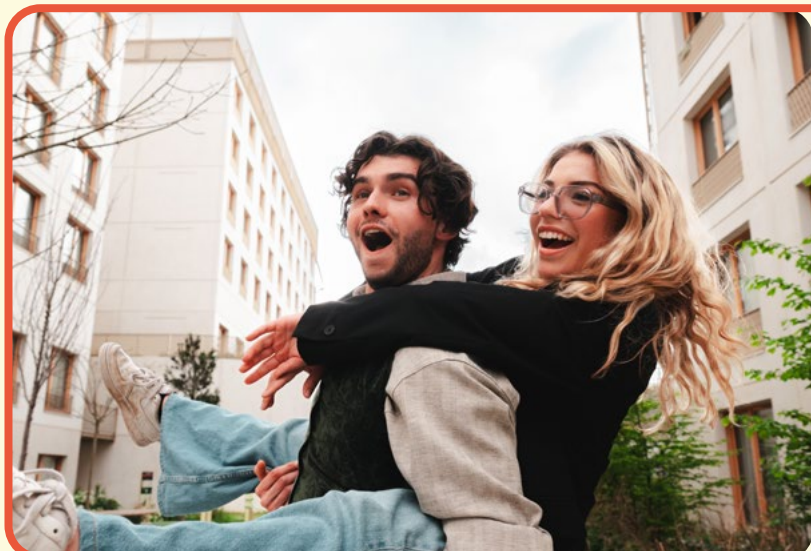
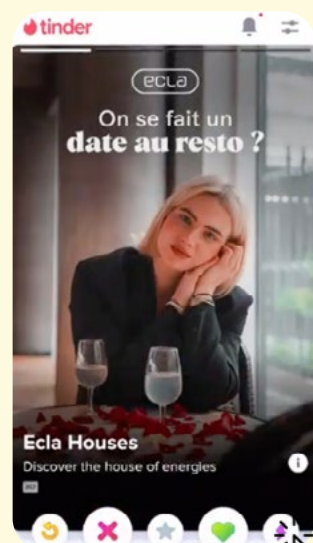
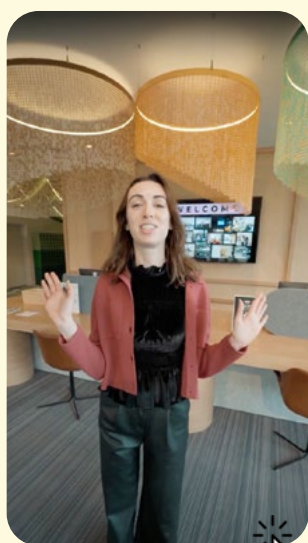
Ecla ne se contente pas d'offrir un toit, mais propose un environnement où chacun peut puiser dans l'énergie collective pour se dépasser et réaliser ses projets personnels et professionnels.

Une nouvelle identité pour **Incarner un positionnement fort**

UXCO Group et l'agence de branding et de design Lonsdale ont mis au point une expression de marque riche et foisonnante s'adaptant aux différents espaces, **aux moments et au quotidien** de chaque résident. **Le territoire graphique** illustre cette idée de modularité, de dynamisme et de fluidité propre à Ecla, promesse d'une expérience sur mesure. **La palette graphique** vibrante, s'adapte à **toutes les énergies**, d'un **beige détendu à un orange enthousiaste**. **Le ton de voix** se veut résolument chaleureux, fédérateur et dynamique, pour accueillir chacun et chacune avec **bienveillance dans une communauté riche de sa diversité**.

Cette nouvelle signature visuelle se décline sur **tous les supports de communication** de la marque, en ligne et hors ligne. Le **site web** a été optimisé pour offrir une navigation **plus fluide et intuitive**, tandis que de nouveaux marqueurs identitaires viennent renforcer la **singularité d'Ecla** dans un marché en pleine mutation.

Pour incarner cette nouvelle identité, Ecla a aussi déployé une série d'opérations visant à refléter **l'innovation et l'inclusivité**, au cœur de la marque. Des **vidéos** en plusieurs langues, mettant en avant les **témoignages d'habitants internationaux**, ont été réalisées pour présenter les résidences Ecla sous un angle authentique et immersif. Des **campagnes ciblées** sur des plateformes numériques comme Tinder et Twitch permettent à Ecla de toucher efficacement un **public jeune et connecté**. Enfin, des **vidéos en 3D** ont été développées pour renforcer **l'impact visuel de la marque et capter l'attention** de ses audiences.



« Nous avons voulu pour Ecla une expression très identitaire, vibrante, en mouvement et polymorphe qui reflète le dynamisme de la marque. » **explique Alessandro Bolchi**, Directeur de Création chez Lonsdale. « Par le travail fait sur son territoire aussi bien verbal que graphique, et en pensant de grands marqueurs des lieux, nous avons pensé une marque qui accueille toute la diversité des habitants des maisons Ecla. »

Un engagement continu pour **Transformer les modes de vie**

En réaffirmant ses ambitions et en adoptant cette nouvelle identité, Ecla reste fidèle à sa mission : **promouvoir l'innovation, l'inclusion et le collectif pour transformer les modes de vie**. Ce rebranding marque une nouvelle étape dans l'évolution d'Ecla, tout en consolidant sa position de leader sur le marché du coliving en France.

Avec cette transformation, UXCO Group continue à devancer les tendances et à répondre aux attentes des nouvelles générations, en offrant **une expérience de vie inédite et résolument tournée vers l'avenir**.



« *Après plusieurs années d'existence et d'importants investissements pour développer largement le concept Ecla en Ile-de-France et au-delà, nous avons souhaité faire évoluer l'image de marque pour incarner notre transition vers une autre dimension* », **explique Julien Matteudi**, Directeur Marketing, Communication & RSE.

« *Avec cette nouvelle identité, nous ne cherchons pas seulement à moderniser notre image, mais à réaffirmer notre capacité à anticiper les tendances et répondre aux nouvelles attentes et besoins des étudiants et jeunes actifs. Nous aspirons à faire d'Ecla bien plus qu'un simple lieu de résidence, mais une véritable «**House of Energies**» où chaque habitant peut puiser dans une dynamique collective pour se réaliser pleinement. Cette transformation marque une étape clé dans notre parcours, renforçant notre position de leader du coliving tout en redéfinissant l'expérience de vie que nous offrons.* »

À propos **de Lonsdale**

Dirigée par Frédéric Messian, Lonsdale est une agence indépendante, leader du branding et design, de 260 personnes à Paris, New York et Singapour.



À propos d'UXCO GROUP



- 75 Résidences étudiantes et de coliving
- 15 000 Lits opérés
- 100 Appart hotels
- 1500 Collaborateurs
- 480MN€ de ca annuel
- Plus d'1,2 Milliard d'euros de patrimoine

UXCO Group est un groupe intégré d'investissement, promotion et opération d'immobilier résidentiel, étudiant et d'hôtellerie, présent en France depuis 25 ans. Détenu majoritairement par Brookfield, nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne de valeur au service de produits innovants. Nous sommes organisés autour de 3 entités : Foncière étudiante et coliving (portée par UXCO Property & UXCO Management, sur les résidences Ecla et UXCO Student) – Promotion (portée par Océanis Promotion) - Hôtellerie (portée par Appart'City).

« **Transformer les modes de vie** », voilà ce qui nous anime chaque jour. Nous pensons que la force du collectif peut réinventer l'habitat et le rendre plus audacieux, vivant et respectueux de son environnement. Ainsi, nous proposons bien plus que des lieux de vie : nous faisons vivre à nos clients des expériences mémorables et des rencontres inspirantes grâce à des concentrés d'énergies positives alliant le confort de se sentir chez soi et le partage d'un art de vivre en commun.

Leader dans le secteur du logement pour étudiants et jeunes actifs, nous mettons notre exigence et notre savoir-faire unique au service de l'épanouissement, de la réussite et du bien-être de nos résidents.

Contacts presse

Mélanie Alger - UXCO Group
m.alger@uxco-group.com
+33(0)7 88 59 22 35

**Elisa Cheminaud-Gheeraert -
Agence Proches pour UXCO Group**
uxcogroup@agenceproches.com
+33(0)6 12 45 73 43

Kiera Cotten - Lonsdale
k.cotten@lonsdale.fr

Marie reynaud - Lonsdale
m.reynaud@lonsdale.fr
06 67 57 13 11