

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 10 juin 2026, Villeneuve d'Ascq

Nhood réinvente les centres commerciaux Aushopping : 60 000 m² déjà transformés et un modèle en plein déploiement

Nhood, société internationale de solutions immobilières, a été mandatée par ses clients, Auchan et la foncière Ceetrus, pour accompagner la transformation des centres commerciaux en France et en Europe.

En qualité de maître d'ouvrage délégué, Nhood pilote un programme structuré de régénération et de renouvellement des surfaces commerciales, dans un contexte de mutation profonde du commerce et d'évolution du modèle des hypermarchés.

Le déploiement s'accélère : 4 sites transformés en 2024, 15 en cours en 2025, et plusieurs projets déjà engagés pour 2026.

À date, près de 60 000 m² en cours de transformation, dont plus de 52 500 m² précommercialisés.

Ce programme incarne une recomposition stratégique de l'offre commerciale, dans laquelle Nhood agit en orchestrateur global, conciliant renforcement de l'attractivité commerciale et développement de nouveaux usages.

En tant qu'opérateur de services immobiliers intégré, Nhood intervient sur l'ensemble de la chaîne de valeur - de la stratégie à l'exploitation - combinant expertise en développement, commercialisation, gestion d'actifs et animation des sites. Dans cette logique, Nhood conçoit et met en œuvre des solutions globales pour régénérer, transformer et valoriser durablement les espaces. Cette approche intégrée permet à Nhood de s'adapter à une grande diversité de contextes et de clients, en apportant des réponses sur mesure aux enjeux de transformation des actifs commerciaux. La réinvention des centres commerciaux Aushopping en France, et dans le reste de l'Europe, en est une illustration concrète, démontrant la capacité de Nhood à piloter des transformations complexes et à créer de la valeur à partir de situations exigeantes.

Dans le cadre des centres Aushopping, et en qualité de maître d'ouvrage délégué, Nhood pilote un programme structuré de régénération et de renouvellement des surfaces commerciales, dans un contexte de mutation profonde du commerce et d'évolution du modèle des hypermarchés.

Recomposer les surfaces commerciales pour répondre aux nouvelles dynamiques du commerce

Le commerce physique connaît aujourd'hui une transformation profonde : le modèle historique des hypermarchés évolue, conduisant à une réduction de certaines surfaces commerciales.

Ces surfaces, désormais disponibles, constituent une opportunité majeure pour repenser les équilibres commerciaux des sites et accélérer leur transformation.

Dans ce contexte, Ceetrus a déjà racheté en tant que foncière, environ **60 000 m² des surfaces de vente libérées par la réduction des hypermarchés Auchan**, situées dans des sites déjà détenus par Ceetrus en France. Il s'agit des acquisitions qui se placent dans la stratégie patrimoniale de Ceetrus, visant à renforcer durablement la performance et l'attractivité des actifs « cœur patrimoine » c'est-à-dire, qui sont leaders ou ayant le potentiel de s'affirmer comme tels dans leur zone de chalandise. Ce plan contribue à accélérer la transformation et à renforcer la qualité de son patrimoine.

En ligne avec la stratégie de son client, la foncière Ceetrus, **Nhood déploie son modèle d'opérateur global intégré pour piloter la transformation des centres Aushopping. Sa mission : faire de ces mètres carrés libérés un levier de création de valeur immobilière, commerciale et d'usage**, en combinant expertise technique, vision stratégique et capacité d'exécution.

« *La transformation des centres commerciaux s'inscrit dans une évolution plus large du modèle, qui tend vers des lieux plus mixtes et plus ouverts, en phase avec les nouvelles dynamiques du commerce. Notre ambition est de faire de ces espaces de véritables lieux de vie, plus attractifs, plus utiles et mieux alignés avec les attentes contemporaines* », déclare **Sébastien Beurel, Directeur de la Transformation des Patrimoines Nhood.**

L'enjeu est désormais de **valoriser les actifs à travers l'usage qu'ils génèrent.**

Au-delà de la seule dimension commerciale, ces opérations permettent de :

- Renforcer l'attractivité économique des sites ;
- Créer de nouvelles opportunités de développement pour les enseignes ;
- Intégrer des usages complémentaires au commerce ;
- Proposer aux visiteurs des expériences renouvelées.

Grâce à son approche globale et intégrée, Nhood confirme sa capacité à **accompagner ses clients dans la transformation de leurs actifs**, en faisant de chaque projet une opportunité de régénération durable et de création de valeur partagée.

Orchestrer la transformation des surfaces pour créer de la valeur durable

« *Cette transformation repose sur une mobilisation coordonnée de l'ensemble des expertises de Nhood, afin d'adapter chaque projet aux spécificités de son territoire et de son tissu économique. Les premières réalisations en confirment la pertinence, avec l'arrivée d'enseignes à fort pouvoir d'attraction – telles que Zara, B&M – ou de concepts sportifs de nouvelle génération, comme "On Air", ainsi que l'agrandissement de locomotives existantes et le développement de nouvelles activités génératrices de flux.* » ajoute **Mathieu Echeverria, Leader Commerce France-Luxembourg de Nhood.**

Pour mener à bien ce programme, Nhood a structuré une **task force dédiée**, mobilisant l'ensemble des expertises nécessaires : *asset management, technique, juridique, fiscale, financière, réglementaire, commerciale et environnementale*. La valeur ajoutée de Nhood, en tant que plateforme internationale de solutions et services immobiliers, repose sur sa capacité à transformer une contrainte opérationnelle en une véritable opportunité de création de valeur immobilière et commerciale.

Nhood pilote ainsi l'ensemble des étapes de transformation de ces surfaces, de leur reconfiguration à leur commercialisation. Les équipes interviennent notamment sur :

- Le repositionnement commercial des mètres carrés libérés ;
- La conception des nouveaux espaces et parcours clients ;
- Le pilotage opérationnel des travaux ;
- La commercialisation des surfaces, engagée très en amont.

Dans la majorité des cas, la recomposition des surfaces s'articule autour d'un équilibre entre :

- **75 % dédiés au renforcement de l'offre commerciale** : agrandissement d'enseignes existantes, arrivée de nouvelles locomotives, diversification de l'offre ;

- **25 % consacrés au développement de nouveaux usages** : sport, loisirs, restauration, services ou santé.

À date, près de 60 000 m² recomposés, dont 52 500 m² déjà précommercialisés, et plusieurs projets emblématiques en cours témoignant de l'attractivité de ces nouveaux formats auprès des enseignes.

Cette dynamique se déploie progressivement à l'échelle des Aushopping :

- 4 sites transformés en 2024 ;
- 15 sites en cours de transformation en 2025 ;
- Plusieurs projets engagés pour 2026.

Les premières réalisations confirment pleinement la pertinence de cette approche, fondée sur un équilibre entre renforcement de l'offre commerciale, diversification des usages et création de nouvelles dynamiques de fréquentation. À titre d'exemples :

- **à Boulogne-sur-Mer**, la création d'une moyenne surface **B&M** a généré **+35 % de fréquentation dès la première semaine**,
- **à Leers**, l'intégration d'un concept de salle de sport nouvelle génération (« **On Air** », 1 400 m²) a permis d'élargir les usages et les publics,
- **à Le Pontet et Mont-Saint-Martin**, l'arrivée d'enseignes à fort pouvoir d'attraction telles que **Zara, Jack & Jones** ou **B&M** a significativement renforcé l'attractivité des sites.

Parmi les grands projets démonstrateurs :

- **À Villeneuve-d'Ascq, le centre Aushopping V2 - une transformation majeure au service d'un nouveau modèle de centre commercial**

À Villeneuve-d'Ascq, le centre commercial Aushopping V2 fait l'objet d'une transformation ambitieuse, première étape d'un projet d'envergure de renouvellement urbain à l'échelle du territoire, en lien avec des opérations structurantes telles que Novéa Parc, qui vient conforter le rôle déjà incontournable du site à l'échelle de la métropole lilloise et renforcer durablement son attractivité ainsi que sa zone de chalandise.

Déjà solidement ancré sur son territoire, V2 bénéficie d'un positionnement stratégique, d'une accessibilité optimale et d'une dynamique commerciale forte, avec 9,9 millions de visiteurs par an. Le site développe aujourd'hui **54 000 m²** de galerie commerciale, accueille **114** boutiques et s'appuie sur un hypermarché Auchan recentré sur environ **9 190 m²** (surface de vente), tout en offrant un merchandising mix complet couvrant l'ensemble des besoins : alimentation, mode, bien-être, services et restauration.

Dans ce contexte, le projet de la régénération du site vise une transformation en profondeur, tant sur le plan architectural que commercial.

L'évolution architecturale du site permettra d'ouvrir davantage le centre sur son environnement, d'améliorer les circulations et de renforcer les connexions avec le quartier, tout en favorisant l'apport de lumière naturelle et une expérience visiteurs renouvelée.

La transformation repose notamment sur **un redimensionnement stratégique de l'hypermarché Auchan (de 34 000 m² à 18 000 m²)**, permettant de libérer des surfaces au service d'une

recomposition globale de l'offre. Ainsi, environ **10 500 m² de GLA** sont en cours de re-commercialisation, avec la création d'une nouvelle aile commerciale comprenant **17 cellules** : 8 moyennes surfaces (de 350 à 3 600 m²), et 9 boutiques (de 30 à 210 m²).

Ce redéploiement permettra à la fois d'accompagner l'évolution d'enseignes existantes et d'accueillir de nouveaux concepts différenciants, renforçant l'attractivité régionale du site.

La stratégie commerciale vise à consolider le positionnement shopping du centre, à diversifier l'offre (mode, beauté, sport, médias, concepts innovants) et à **intégrer de nouveaux usages**, en phase avec les attentes des visiteurs.

La livraison de cette première phase est prévue **T1 2027**, pour une ouverture au public à l'été 2027.

- **Petite-Forêt : une transformation ciblée au service d'un site plus attractif et durable**

À Petite-Forêt, le centre commercial engage une nouvelle phase de transformation visant à renforcer son attractivité et à consolider son rôle d'ancrage local, au service de ses **4,4 millions de visiteurs annuels**.

Déjà bien implanté dans son environnement, le site propose une offre structurée autour de **9 378 m² de galerie commerciale**, d'un **hypermarché Auchan de 10 000 m² de surface de vente** et de **42 boutiques**, complétées par **15 services** et **une dizaine de restaurants**, en galerie et sur la zone commerciale. L'ensemble constitue un mix merchandising complet, répondant à l'ensemble des besoins du quotidien : courses, mode, bien-être, services et restauration.

Dans ce contexte, le projet de transformation vise à enrichir et compléter cette offre, dans une logique de complémentarité et de montée en gamme. Il repose sur la création d'une **extension commerciale intégrant 8 nouvelles cellules** :

- **3 moyennes surfaces** (de 450 à 750 m²),
- **5 boutiques** (de 75 à 250 m²),

avec une orientation commerciale centrée sur la **restauration**, la **bijouterie**, le **repositionnement** dans un meilleur format d'enseignes de prêt-à-porter déjà présentes dans la galerie ainsi que les univers **beauté et santé**.

La livraison de cette extension est prévue en **mars 2027**, pour une **ouverture au public en juin 2027**.

Au-delà de cette reconstitution commerciale, le projet s'inscrit dans une ambition plus large de transformation durable du site, avec l'objectif d'en faire à terme le **premier site français labellisé ECO3** (écoconception, écologie territoriale, économie de la fonctionnalité). À ce titre, Petite-Forêt a vocation à devenir une vitrine exemplaire des démarches d'économie circulaire, alliant performance commerciale et engagement environnemental.

A propos de Nhood : Nhood est un opérateur international de solutions immobilières, engagé dans la régénération urbaine. Il accompagne propriétaires, collectivités et investisseurs dans la transformation durable de leurs actifs et de leurs lieux de vie, en s'appuyant sur une plateforme de services intégrés. Assembleur d'expertises, Nhood intervient sur l'ensemble du cycle de vie immobilier, de la stratégie à l'exploitation : conseil, conception, développement, animation, gestion opérationnelle et valorisation. Ses 1 600 collaborateurs gèrent 17,3 milliards d'euros d'actifs répartis sur près de 1 000 sites en Europe et en Afrique, pour le compte de plus de 300 clients. Ils développent des projets mixtes et créateurs de valeur, ancrés dans les dynamiques territoriales, où coexistent commerces, logements, bureaux, loisirs, hôtellerie, infrastructures numériques et nouveaux usages urbains. Animé par une approche à triple impact – People, Planet, Profit – Nhood œuvre chaque jour à créer « des lieux en mieux », utiles, vivants et désirables. www.nhood.com

Contact presse : RUMEUR PUBLIQUE – RP-Nhood@rumeurpublique.fr - Samy Cherifia 06 14 65 74 99 et Olivier Astorg 06 16 31 35 09