

+14 % de chiffre d'affaires : l'ouverture de Nike confirme la stratégie de création de valeur de Nhood à Cloche d'Or

Luxembourg, août 2026 – Deux mois après l'ouverture du **premier et unique Nike Store du Luxembourg au Shopping Center Cloche d'Or**, géré par **Nhood**, plateforme internationale de services et de solutions immobilières, les premiers résultats confirment l'impact positif de cette implantation stratégique sur la performance globale du site. **La dynamique observée depuis l'ouverture de Nike confirme son positionnement comme destination commerciale de référence au Luxembourg et dans la Grande Région.**

Ouvert le 4 juin 2026, **Nike Cloche d'Or** s'est rapidement imposé comme un puissant moteur d'attractivité pour le centre commercial. En juin, la fréquentation a progressé de **19,3 %** par rapport à la même période en 2025. Le centre commercial a enregistré une progression de **14 % de son chiffre d'affaires** à périmètre comparable en juin 2026 par rapport à juin 2025, illustrant l'effet d'entraînement généré par l'arrivée de l'enseigne sur l'ensemble des commerçants.

Le Shopping Center Cloche d'Or, qui accueille aujourd'hui **120** enseignes réparties sur trois niveaux et développe **75 000 m²** de surface commerciale, poursuit son développement au cœur d'un quartier dynamique et en pleine expansion.

Développé sur 1 360 m² répartis sur deux niveaux, **Nike Cloche d'Or** constitue le premier et unique Nike Store du Luxembourg. Exploité par **Retailors Ltd.**, acteur majeur du retail spécialisé dans les segments du sport, de l'*athleisure* et de la mode urbaine, le magasin propose une offre complète dédiée aux univers du football, du running, du training et du lifestyle pour les femmes, les hommes et les enfants, complétée par une sélection de produits *Jordan*.

Au-delà de l'offre commerciale, le magasin intègre les standards les plus récents du retail Nike en connectant les expériences physiques et digitales. Les consommateurs peuvent accéder aux services de l'écosystème Nike et bénéficier d'avantages exclusifs via le programme de fidélité de la marque, notamment un accès anticipé aux lancements de produits, des événements dédiés et des recommandations personnalisées.

L'enseigne déploie également plusieurs initiatives en faveur de l'**économie circulaire**. Des services de recyclage et de don permettent de donner une seconde vie aux produits usagés. Les chaussures collectées peuvent notamment être transformées en *Nike Grind*, un matériau fabriqué à partir de déchets de fabrication, de matériaux inutilisés et de produits en fin de vie.

Les résultats positifs traduisent la pertinence de la stratégie de développement commerciale portée par Nhood. En tant qu'opérateur global, les équipes de Nhood accompagnent propriétaires et investisseurs dans la valorisation durable de leurs actifs, depuis la définition de la stratégie commerciale jusqu'à sa mise en œuvre opérationnelle, en passant par la sélection du tenant mix et l'animation des lieux. L'arrivée de *Nike* constitue une illustration concrète de cette capacité à attirer et intégrer des enseignes internationales de premier plan afin de renforcer durablement la performance des actifs commerciaux.

Raphaël Bouchet, Directeur du Shopping Center Cloche d'Or, déclare : « *Les résultats observés depuis l'ouverture de Nike démontrent la pertinence de notre stratégie de développement. Au-delà du succès de l'enseigne elle-même, c'est tout l'actif qui bénéficie d'un gain d'attractivité et de performance. L'arrivée du premier et unique Nike Store au Luxembourg renforce notre attractivité et confirme le rôle du Shopping Center Cloche d'Or comme destination incontournable pour les visiteurs du Luxembourg et de la Grande Région.* »

Marie-Aude Hosten, Directrice Commerciale de Nhood au Luxembourg, ajoute :

« *Les résultats enregistrés depuis l'ouverture de Nike démontrent l'impact qu'une enseigne internationale de premier plan peut avoir sur l'ensemble d'un écosystème commercial. Cette performance illustre la capacité de Nhood à identifier, attirer et intégrer des marques créatrices de*

valeur, capables de renforcer durablement l'attractivité des lieux et d'accompagner la croissance des commerçants présents sur nos sites. »

Pour Nhood, ces premiers indicateurs confirment également la pertinence de son expertise en Property Management, qui associe excellence opérationnelle, pilotage de la performance, expertise retail et valorisation durable des actifs. L'effet Nike constitue ainsi un premier marqueur fort de la stratégie de développement du Shopping Center Cloche d'Or avant les prochaines ouvertures attendues à l'automne et les temps forts qui accompagneront l'anniversaire du centre en **octobre 2026**.

À propos de Nike : Nike est l'une des principales marques de sport au monde, reconnue internationalement pour inspirer les athlètes grâce à l'innovation, la performance et le style. A travers ses produits, ses expériences et ses initiatives communautaires, Nike continue de façonner l'avenir du sport et de créer des liens avec les consommateurs dans les univers du running, du training, du football, du basketball et du lifestyle.

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 1 500 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, Gouvernance – Nhood œuvre chaque jour à créer « des lieux en mieux », utiles, vivants et désirables. www.nhood.com

Le Property Management de Nhood accompagne propriétaires et investisseurs dans le pilotage opérationnel et la valorisation durable de leurs actifs immobiliers, dans une logique de performance globale des lieux. Renforcée par l'acquisition de SCC France, l'activité bénéficie de standards de qualité et d'un savoir-faire opérationnel reconnu, et étend son périmètre à de nouvelles verticalités : bureaux, logistique, Food & Beverage, via Tomorrow Food, sa filiale spécialisée dans la restauration et les concepts alimentaires, ainsi qu'aux jumeaux numériques avec Stereograph. Il développe une approche du Property Management offrant le plus haut niveau de qualité de services, visant à optimiser la performance opérationnelle, enrichir l'expérience des usagers et renforcer durablement l'attractivité des lieux. Le Property Management occupe ainsi une position centrale dans l'exploitation et la performance des actifs, en combinant excellence opérationnelle, innovation, approche data-driven et ancrage territorial. Présente dans 11 pays, l'équipe gère 27 millions de m² répartis sur 464 actifs, accueillant chaque année plus de 608 millions de visiteurs, avec un taux d'occupation moyen de 95 % et une dynamique de croissance soutenue, notamment sur le Specialty Leasing. Les expertises couvrent l'ensemble des dimensions opérationnelles : building management, coordination locataires, pilotage de projets (CAPEX), finance et reporting, gestion juridique, ainsi que marketing stratégique et opérationnel.

A propos du Shopping Center Cloche d'Or : Ouvert au public le 28 mai 2019 et officiellement inauguré en octobre 2019, le centre s'est imposé ces dernières années comme une référence parmi les centres commerciaux du Grand-Duché. Avec une surface commerciale de 75 000 m² (incluant le Lifestore Auchan), le Cloche d'Or Shopping Center accueille actuellement 115 enseignes réparties sur trois niveaux. L'offre culinaire, principalement située dans le Food Corner, compte 26 restaurants. En 2025, le Cloche d'Or Shopping Center a accueilli 7 millions de visiteurs, en phase avec sa promesse centrale : LETZ MEET. Cloche d'Or n'est pas seulement une destination shopping ; il aspire à devenir un véritable lieu de rencontre et un pôle d'expériences pour tous les publics. Cloche d'Or favorise les liens et s'engage en faveur du développement durable et des générations futures, ce qui constitue le fondement de sa signature « LETZ MEET ».

En matière d'accessibilité, le centre commercial dispose de 2 750 places de parking et bénéficie d'une situation idéale à proximité de plusieurs arrêts de bus, lignes de tram et stations vélos.

Contact medias :

Paola Perfetti
External Communication Leader
E : pperfetti@nhood.com
M : +33 6 03 35 04 98

Cloche d'Or Shopping Center

Vanessa Piovani
Responsable Marketing Opérationnel - Cloche d'Or
E : vpiovani@nhood.com
M : +352 661 446 572

Vanessa ROMIEU
Responsable Marketing & Communication - Cloche d'Or
E : vromieu@nhood.com
M : +352 661 411 495