

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Villeneuve-d'Ascq, le 12 mars 2025

Nhood fait campagne avec l'agence La Famille

Nhood, entreprise de services et de solutions immobilières experte en régénération urbaine, dévoile sa première campagne de marque et affirme son rôle de pionnier de l'upcycling immobilier. Conçue par l'agence La Famille et sublignée par les illustrations d'Eiko Ojala, elle illustre la capacité de Nhood à métamorphoser les espaces existants en lieux porteurs de sens, de nouveaux usages et de valeur ajoutée durable.

Une campagne signature : un manifeste pour la régénération urbaine

Quatre ans après sa création, Nhood franchit une nouvelle étape avec une campagne qui affirme son ambition : devenir LA marque de référence de l'immobilier innovant. Nhood répond aux défis urbains, sociaux et environnementaux (métamorphose du commerce, crise du logement, raréfaction du foncier, changement climatique) en faisant le choix d'élever l'existant plutôt que de le remplacer, de sublimer l'histoire des lieux et leur redonner du sens. Une véritable rupture avec les codes actuels du secteur.

L'upcycling immobilier : dépasser le recyclage, créer de la valeur

Sur un marché immobilier où le vocabulaire du « re » (rénover, reconstruire, restructurer...) domine, Nhood fait un pas de côté et introduit un concept inédit : le surcyclage immobilier. Contrairement au recyclage, terme qui implique la réutilisation standardisée des matériaux, l'upcycling (anglicisme du surcyclage) leur donne une seconde vie et transforme les espaces, tels qu'ils sont, en des lieux à plus forte valeur ajoutée, tirant parti de leur histoire et de leur singularité.

« Nous ne faisons pas table rase du passé. Nous transformons en donnant du sens et de nouveaux usages aux lieux existants. C'est ainsi que nous créons des lieux en mieux, et cette campagne incarne parfaitement notre mission. » explique Audrey Delavault, Global Head of Brand Marketing & Communication.

Avec ce manifeste, Nhood impose une vision résolument innovante : l'upcycling immobilier n'est pas une tendance, c'est l'avenir de la ville et des territoires.

Une signature visuelle forte sublignée par l'univers d'Eiko Ojala

Pour incarner cette ambition, La Famille a choisi l'illustrateur estonien Eiko Ojala, reconnu pour son travail minimaliste et conceptuel qui joue sur les ombres et la profondeur. Son univers visuel est une métaphore parfaite de l'upcycling immobilier : révéler et sublimer plutôt que masquer.

« L'idée de cette campagne est de montrer que Nhood écrit la suite de l'histoire et donner à voir cette transformation qui ne gomme pas le passé, mais le transcende. Le travail d'Eiko Ojala, avec sa technique proche du papier découpé et ses compositions puissantes, s'est imposé comme une évidence. Il ne se contente pas d'illustrer, il révèle. » explique Pamela Mitri, directrice artistique de La Famille.

Une orchestration des différentes expertises de Nhood

La campagne est lancée en avant-première au MIPIM, le plus grand salon international de l'immobilier, réunissant les acteurs clés du secteur à Cannes, avec deux premières illustrations qui posent les fondations de cette nouvelle narration visuelle.

Elle sera déployée progressivement dans la presse et sur LinkedIn, ciblant directement les professionnels du marché et l'écosystème élargi de Nhood, pour mettre en lumière les différentes expertises de Nhood.



Fiche technique :

Annonceur : Nhood

Responsables annonceur : Audrey Delavault, Déborah Linet

Responsables agence : Joseph Lefebvre, Claire Fourrey, Délío Lacoste

Direction de création : Marion Vielfaure

Directrice artistique : Pamela Mitri

Concepteur rédacteur : Carine Le Delne

Illustrateur : Eiko Ojala

Agent : La Suite Illustration

A propos de NHOOD : Nhood est une entreprise de services et de solutions immobilières. Son collectif d'experts imagine et met en œuvre des solutions innovantes pour faire fructifier le parc immobilier de ses clients. Régénérateur urbain, Nhood crée des « lieux en mieux », singuliers, agréables et attractifs, dans lesquels le commerce et la mixité des usages jouent un rôle central au bénéfice de tous. Créée en 2021 et implantée en Europe et en Afrique de l'Ouest, Nhood développe une trentaine de projets de régénération urbaine et gère plus de 900 lieux pour ses clients. Elle regroupe les compétences de plus de 1000 experts qui couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur immobilière : gestion d'actifs, exploitation de centres commerciaux, aménagement et promotion. Les Nhooders développent une approche dite de « vision de site » combinant proximité, prospective et créativité, pour projeter les sites dans l'avenir et répondre aux nouveaux défis des territoires.

Détenu par l'Association Familiale Mulliez, Nhood tire sa force de son ADN commerçant et de son ancrage local. C'est d'ailleurs l'origine de son nom : Nhood est la contraction de l'anglais « neighborhood » (le quartier, le voisinage), qui définit son ambition et son engagement.

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