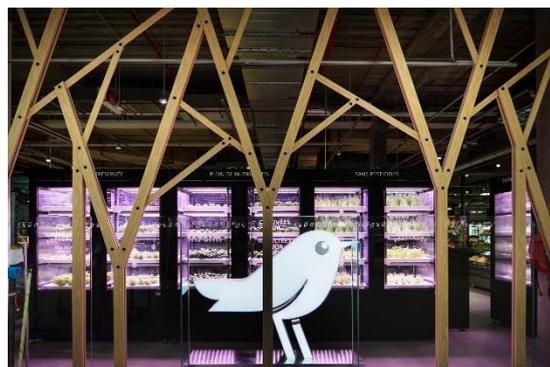




Cloche d'Or ouvre ses portes au grand public

Le centre commercial Cloche d'Or ouvre ses portes ce mardi 28 mai. Une ouverture «opérationnelle», avec certains commerçants déjà bien en place, et d'autres encore à venir. Les équipes de Cloche d'Or et les ouvriers étaient encore à l'ouvrage en ce lundi 27 mai après-midi, quelques heures à peine avant d'accueillir le grand public, pour une ouverture officielle ce mardi 28 mai.

Mais de nombreuses enseignes sont bel et bien présentes pour accueillir les premiers clients de ce centre commercial d'un nouveau genre





L'entrée du centre commercial est largement vitrée. (Photo: Nader Ghavami)
1 / 3



Les visiteurs se repèrent aisément entre les étages. (Photo: Nader Ghavami)
2 / 3



L'entrée du centre commercial utilise des miroirs pour théâtraliser l'espace. (Photo: Nader Ghavami)
3 / 3



Il représente quelque 75.000 m² de surfaces commerciales qui seront complétés vers la mi-2020 par la livraison de deux tours résidentielles . L'ensemble est conçu par Fabeck Architectes, qui a travaillé en collaboration avec Schemel Wirtz Architectes Associés pour l'exécution.

Dès ce mardi matin, le centre commercial ouvre ses portes et présentera à terme 130 enseignes, dont certaines sont présentes au Luxembourg pour la première fois. Actuellement, environ 100 boutiques sont déjà ouvertes. «C'est un projet iconique qui a pu voir le jour en seulement cinq ans», déclare Eric Mathieu, directeur de Ceetrus Luxembourg.

«C'est un nouveau lieu de vie pour tout le quartier, les habitants de la Cloche d'Or ainsi que les travailleurs, mais aussi pour les habitants de la ville, du pays et de la Grande Région.» Et les espérances sont hautes, puisque 11 millions de visiteurs par an sont attendus.

Une exclusivité mondiale

Une des locomotives de ce centre commercial est le nouvel Auchan Lifestore, un hypermarché qui répond à un nouveau concept. «Nous nous appuyons sur la taille et l'agilité du pays pour mener à Luxembourg un magasin laboratoire», explique Cyril Dreesen, directeur général d'Auchan Retail Luxembourg.

«Plus qu'un aboutissement, ce magasin est la naissance d'une nouvelle génération de commerces.» L'hypermarché de 13.000 m² est ainsi découpé en trois grandes zones: «le goût du bon» – pour tout ce qui est alimentaire –, le bien-être et la maison.

C'est du côté alimentaire que la prise de risque est la plus forte, car en plus du remaniement des rayonnages dont l'esprit s'approche d'un marché couvert, on trouve des espaces de restauration pour consommer les produits Auchan sur place, dont une brasserie de 90 places assises.



Les rayonnages dans leur ensemble sont aussi revisités et l'attention est encore plus portée sur le service aux clients. Avec des espaces dédiés à l'événementiel. Une arena permettra d'organiser des workshops, des rencontres, des animations. Auchan a aussi entraîné dans son sillage des start-up comme Jean Bouteille, qui propose la vente de liquides en vrac.

Le système de caisses a été aussi revu pour plus de fluidité et de lien avec les galeries du centre commercial. Une livraison à domicile en scooter électrique est possible dans un rayon de 3km. Au total, 15 millions d'euros ont été investis dans ce nouveau concept et 477 «équipers» Auchan animent cet espace dirigé par Frédéric Vital.



De nouvelles enseignes

Selon le directeur commercial du centre, Anand Remtolla, «près de la moitié des enseignes présentes à Cloche d'Or s'implante pour la première fois au Grand-Duché.» C'est le cas par exemple d'Arket, de Zara Home, & Other Stories, Weekday, Finsbury, Timberland, Pierre Marcolini, Claude Maxime Coiffure ou encore Marie Sixtine.

Mais on retrouve aussi des enseignes locales qui ont une longue tradition de commerce au Luxembourg: Ernster a choisi d'être présent avec un magasin de 900 m² et un investissement de 1,5 million d'euros. Namur présentera, à partir de juin, son nouveau concept, et Paris 8 ouvre ici sa 12^e boutique.



ENVIRONNEMENT

Décompte avant fin de souscription :

Il vous reste 15 jours

Date limite de souscription :

31/12/2019

Nombre de participants :

1 770 Participants

Indice de confiance :

100/100

Objectif de capitalisation :

180 000 000.00 €

Montant déjà capitalisé :

127 570 000.00 € Déjà collecté

Montant restant à capitaliser :

52 430 000.00 €

Valeur unitaire de la part :

35 000.00 €

Nb total de part disponible à l'acquisition :

5143 – unités -

Nb de parts restantes : **3645 – unités -**

Montant max. par investisseur : **525 000 000 €**

Montant min. par acquéreur : **35 000.00 €**

Nb de parts maximales disponibles par acquéreur : **15**

Nb de parts minimales disponibles par acquéreur : **1**

Date de première échéance : **31/06/2019**

Taux d'intérêts après clôture prévente : **8.25% Chaque année**

Fréquence des échéances : **Mensuelles**

Durée d'engagement contractuel : **24 mois**

Typologie : **Mixed Retail / Industry**

Locataire : **Multimarque**

Durée de bail restant à courir : **8 ans**

*Toutes les données présentes sont la propriété exclusive du Group Ignis Investment Service Limited. Toute reproduction peut être passible de sanction.
