



Wereldhave Belgium accélère le déploiement de sa stratégie « Full Service Center » avec Nespresso

Vilvorde, le 5 octobre 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE | Le premier N-Point Nespresso intégré à un shopping belge ouvre ses portes à Ville 2, dans le nouveau The Point de Wereldhave Belgium. Ce lancement marque le début d'un partenariat entre les deux acteurs, avec deux autres N-Point prévus début novembre au Shopping les Bastions et Ring Kortrijk. Avec l'ouverture d'un nouveau The Point à Ville 2 et l'arrivée d'un N-Point Nespresso le groupe poursuit le développement de nouveaux services et de nouvelles raisons de fréquenter ses centres tout au long de la semaine.

Wereldhave Belgium inaugure aujourd'hui The Point au sein de Ville 2, à Charleroi. Véritable hub de services intégré au shopping, ce nouvel espace rassemble en un même lieu une série de services destinés à faciliter le quotidien des visiteurs, avec notamment un service de retrait de colis, des services postaux, une laverie automatique ou encore le prêt de poussettes.

Cette ouverture marque également le lancement d'un partenariat avec Nespresso. À Ville 2, The Point accueille un N-Point Nespresso, qui vient enrichir l'offre proposée aux visiteurs. Via une borne digitale, les clients peuvent sélectionner et acheter directement une large gamme de capsules Nespresso Vertuo et Original, puis récupérer immédiatement leur commande auprès des hosts de The Point. Il s'agit du premier N-Point installé dans un shopping en Belgique. Deux autres N-Point ouvriront début novembre au Shopping les Bastions et Ring Kortrijk.

« Nous nous réjouissons de ce partenariat avec Nespresso, qui répond parfaitement à notre volonté de faire de nos centres des lieux où l'on peut combiner shopping, services et usages du quotidien. Avec The Point, nous créons de nouvelles raisons de venir dans nos centres tout au long de la semaine, et l'arrivée de Nespresso vient enrichir cette offre avec un service premium. C'est exactement le type de complémentarité que nous recherchons dans le développement de notre Full Service Center Strategy », déclare
Nicolas Rosiers, CEO de Wereldhave Belgium.

Cette ouverture s'inscrit dans un choix stratégique opéré par Wereldhave Belgium depuis 2019 : faire évoluer ses centres d'une destination principalement axée sur le shopping vers des lieux full service centers, pensés autour de la vie quotidienne. Le shopping n'est plus une destination réservée au week-end : il devient un lieu que l'on fréquente tout au long de la semaine, pour faire ses achats mais aussi retirer un colis, recharger sa voiture, travailler, se restaurer ou simplement se retrouver. En multipliant ces occasions de visite, Wereldhave Belgium entend renforcer la fréquentation de ses centres tout au long de la semaine, au bénéfice des commerçants comme des villes qui les accueillent.

Cette stratégie se traduit déjà dans les résultats. Le nombre de visiteurs a augmenté de 1,5 % au premier trimestre, et le deuxième trimestre a confirmé cette tendance avec une progression de 1,8 %. Sur l'ensemble des deux trimestres, la Société a nettement surperformé le marché belge (BLSC), qui a enregistré respectivement -0,5 % au premier trimestre et +1,4 % au deuxième trimestre. Les huit centres du groupe en Belgique et au Luxembourg accueillent chaque année plus de 30 millions de visites, pour une durée moyenne d'environ une heure et demie.

L'ouverture de ce nouveau The Point à Ville 2 s'inscrit dans cette même logique. Le concept est déjà présent à Shopping 1 à Genk, au Shopping les Bastions à Tournai, à Belle-île à Liège, à Ring Kortrijk à Courtrai et au Shopping Nivelles. Wereldhave Belgium entend ainsi poursuivre le déploiement dynamique et l'enrichissement progressif de ce concept à l'échelle de son portefeuille de shoppings. Un développement qui s'inscrit dans la stratégie d'investissement de Wereldhave Belgium, qui investit chaque année l'équivalent de 3 à 5 % de ses revenus locatifs nets (NRI) dans ses shoppings. Chaque année, ces trois espaces accueillent plus de 550.000 visiteurs sur une totalité de 12,5 million de visiteurs par année. L'ensemble de nos centres belges traitent +/- 600.000 colis par année, notamment grâce à leurs services d'envoi et de retrait.

Pour Nespresso, ce nouveau point de vente permanent s'inscrit dans une stratégie de distribution omnicanale, qui combine ses propres boutiques, des partenaires retail sélectionnés et des concepts pop-up. Avec ce partenariat, Nespresso étend ainsi sa présence dans un environnement fréquenté au quotidien, tandis que The Point enrichit son offre avec un service premium.

Nespresso: *« Nespresso se réjouit de s'associer à Wereldhave Belgium pour intégrer son concept N-Point au cœur de "The Point", le nouvel espace de services inauguré au centre commercial Ville 2 à Charleroi. Cette collaboration offre un nouveau point de contact pratique à nos clients, en complément de notre réseau existant de Boutiques, de N-Points et de nos canaux digitaux. Nous avons hâte d'accueillir les amateurs de*

café locaux dans ce nouveau lieu et de rendre l'expérience Nespresso encore plus accessible. »

Harold d'Anstaing, Operations Director Wereldhave Belgium : « *Ce partenariat démontre que de grandes marques reconnaissent la valeur de nos shoppings en tant que destinations accueillant plus de 30 millions de visiteurs chaque année. Ensemble, nous rendons les services du quotidien plus accessibles tout en renforçant l'expérience premium attendue par nos visiteurs. »*

À propos de Wereldhave Belgium

Wereldhave Belgium est une société immobilière réglementée belge (SIR) disposant d'un portefeuille retail de plus de € 1,2 milliard. Le portefeuille comprend des shopping centers, des retail parks et des bureaux en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg. Ces sites accueillent plus de 30 millions de visiteurs par an.

Wereldhave Belgium est active dans des villes belges telles que Nivelles, Liège, Courtrai, Tournai, Charleroi, Anvers, Vilvorde et Genk, ainsi qu'à Schmiede et Pommerloch (Grand-Duché de Luxembourg). Le portefeuille est principalement situé en périphérie des zones urbaines, où l'accessibilité, l'échelle et la complémentarité avec les centres-villes sont essentielles. Ces sites combinent une mixité locative stable avec un fort ancrage local.

Wereldhave Belgium allie puissance d'investissement et expertise opérationnelle. La société gère elle-même ses actifs et pilote activement le leasing, le marketing et la création de valeur. Des équipes présentes sur site assurent une présence locale forte, soutenue par une organisation centrale garantissant efficacité et cohérence.

La stratégie repose sur la vision LifeCentral. L'accent est mis sur le développement de lieux accessibles et durables où se combinent retail, loisirs et services. La croissance s'appuie sur des acquisitions ciblées et des investissements continus dans le portefeuille existant.

Pour plus d'informations :

Nicolas Rosiers – Deputy CEO
nicolas.rosiers@wereldhave.com
+ 32 2 732 19 00

Harold d'Anstaing - Operations Director
harold.danstaing@wereldhave.com
+ 32 2 732 19 00