



Wereldhave Belgium versterkt de uitrol van zijn Full Service Center-strategie met Nespresso

Vilvoorde, 5 oktober 2026

PERSBERICHT | Het eerste Nespresso N-Point in een Belgisch shoppingcenter opent de deuren in Ville 2, en dat in de nieuwe The Point service hub van Wereldhave Belgium. Deze lancering vormt de start van een partnership tussen beide spelers, met begin november nog twee N-Points gepland in Shopping les Bastions en Ring Kortrijk. Met de opening van een nieuwe The Point en de komst van een Nespresso N-Point zet de groep verder in op nieuwe diensten en nieuwe redenen om zijn centra gedurende de hele week te bezoeken.

Wereldhave Belgium opent vandaag The Point in Ville 2 in Charleroi. Deze centrale servicehub, geïntegreerd in het shoppingcenter, brengt verschillende diensten samen die het dagelijkse leven van bezoekers gemakkelijker maken, waaronder een pakketdienst, postdiensten, een wasserette en het uitlenen van kinderwagens.

Deze opening vormt tegelijk de start van een partnership met Nespresso. The Point in Ville 2 verwelkomt namelijk ook meteen een Nespresso N-Point, en breidt zo haar dienstenaanbod voor bezoekers verder uit. Klanten kunnen op de aanwezige bestelterminal een ruim assortiment Nespresso Vertuo- en Original-capsules bestellen en betalen, waarna ze hun bestelling onmiddellijk kunnen afhalen bij de hosts van The Point. Het gaat om het eerste N-Point in een Belgisch shoppingcenter. Begin november openen nog twee N-Points in Shopping les Bastions en Ring Kortrijk.

*“We zijn erg blij met dit partnership met Nespresso, dat perfect aansluit bij onze ambitie om van onze centra plekken te maken waar shopping, diensten en dagelijkse behoeften samenkomen. Met The Point creëren we nieuwe redenen om onze centra gedurende de hele week te bezoeken, en Nespresso voegt daar een premium service aan toe. Dit is precies het soort samenwerking dat past binnen de verdere ontwikkeling van onze Full Service Center Strategy,” aldus **Nicolas Rosiers, CEO van Wereldhave Belgium.***

Deze opening past binnen de strategische koers die Wereldhave Belgium sinds 2019 volgt: zijn centra laten evolueren van voornamelijk shoppingbestemmingen naar **Full Service Centers die aansluiten bij het dagelijkse leven.** Een shoppingcenter is vandaag niet langer een plek die vooral in het weekend wordt bezocht. Bezoekers komen er de hele week om te winkelen, maar ook om een pakket af te halen, hun wagen op te laden, te werken, iets te eten of gewoon samen te komen. Door meer redenen te creëren om onze centra te bezoeken, wil Wereldhave Belgium de bezoekersstromen doorheen de week versterken, ten voordele van zowel de handelaars als de steden waarin de centra gevestigd zijn.

Deze strategie werpt al haar vruchten af. Het aantal bezoekers steeg in het eerste kwartaal met 1,5% en in het tweede kwartaal met 1,8%. Daarmee presteerde Wereldhave Belgium in beide kwartalen beter dan de Belgische markt (BLSC), die respectievelijk een daling van 0,5% en een stijging van 1,4% liet optekenen. De acht centra van de groep in België en Luxemburg zijn samen goed voor meer dan 30 miljoen bezoeken per jaar, met een gemiddelde verblijfsduur van ongeveer anderhalf uur.

De opening van de nieuwe The Point in Ville 2 past binnen diezelfde strategie. Het concept is al aanwezig in Shopping 1 in Genk, Shopping les Bastions in Doornik, Belle-Île in Luik, Ring Kortrijk en Shopping Nivelles. Wereldhave Belgium wil The Point verder uitrollen en het dienstenaanbod binnen het concept stelselmatig uitbreiden in zijn shoppingcenters. Dat past binnen de investeringsstrategie van Wereldhave Belgium, dat jaarlijks 3 tot 5% van zijn nettohuurinkomsten (NRI) investeert in zijn shoppingcenters.

De drie centra waar Nespresso zijn intrede doet, zijn samen goed voor 12,5 miljoen bezoeken per jaar, waarvan jaarlijks meer dan 550.000 bezoekers gebruikmaken van The Point. De Belgische centra van Wereldhave Belgium verwerken daarnaast samen ongeveer 600.000 pakketten per jaar via hun verzend- en afhaaldiensten.

Voor Nespresso past dit nieuwe permanente verkooppunt binnen een omnichannel distributiestrategie die eigen boutiques, geselecteerde retailpartners en pop-upconcepten combineert. Dankzij dit partnership breidt Nespresso zijn aanwezigheid uit naar een omgeving waar dagelijks veel bezoekers komen, terwijl The Point zijn dienstenaanbod versterkt met een premium service.

Nespresso: *“Nespresso is blij om samen met Wereldhave Belgium het N-Point-concept te integreren in The Point, de nieuwe serviceruimte in shoppingcenter Ville 2 in Charleroi. Deze samenwerking biedt onze klanten een nieuw en praktisch contactpunt, als aanvulling op ons bestaande netwerk van Boutiques, N-Points en digitale kanalen. We kijken ernaar uit om lokale koffieliefhebbers op deze nieuwe locatie te verwelkomen en de Nespresso-ervaring nog toegankelijker te maken.”*

Harold d'Anstaing, Operations Director Wereldhave Belgium : *“Dit partnership toont aan dat grote merken de meerwaarde van onze shoppingcenters erkennen als bestemmingen die jaarlijks meer dan 30 miljoen bezoekers verwelkomen. Samen maken we diensten die deel uitmaken van het dagelijkse leven toegankelijker en bieden we onze bezoekers tegelijk een nog sterkere premium ervaring.”*

Over Wereldhave Belgium

Wereldhave Belgium is een Belgische gereguleerde vastgoedvennootschap (GJV) met een retailportefeuille van meer dan € 1,2 miljard. De portefeuille omvat shoppingcenters, retailparken en kantoren in België en het Groothertogdom Luxemburg. Samen verwelkomen deze locaties jaarlijks meer dan 30 miljoen bezoekers.

Wereldhave Belgium is actief in Belgische steden zoals Nijvel, Luik, Kortrijk, Doornik, Charleroi, Antwerpen, Vilvoorde en Genk, en in Schiold en Pommerloch in het Groothertogdom Luxemburg. De portefeuille bevindt zich voornamelijk aan de rand van stedelijke gebieden, waar bereikbaarheid en schaalgrootte centraal staan. De locaties combineren een stabiele huurdersmix met een sterke lokale verankering.

Wereldhave Belgium combineert investeringskracht met operationele expertise. De vennootschap beheert haar vastgoed zelf en stuurt leasing, marketing en waardecreatie actief aan. Lokale teams zorgen voor een sterke aanwezigheid in de centra en worden ondersteund door een centrale organisatie die efficiëntie en een consistente aanpak garandeert.

De strategie van Wereldhave Belgium is gebaseerd op de **LifeCentral-visie**, met een focus op toegankelijke en duurzame locaties waar retail, vrije tijd en diensten samenkomen. De groei wordt ondersteund door gerichte overnames en continue investeringen in de bestaande portefeuille.

Meer informatie :

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