

ROYAL HAMILIUS – Au centre de belles histoires

Est-ce que le Centre Royal Hamilius est devenu ce qui était initialement prévu, à savoir être une extension de l'offre du centre-ville de Luxembourg ?

Oui, je crois que nous avons rempli ce contrat, contrairement aux craintes du début. Les commerçants du centre-ville de Luxembourg nous avaient vus d'abord comme un concurrent plutôt que comme un partenaire sur un pied d'égalité. Ces peurs ont disparu aujourd'hui et c'est tant mieux. Le pari que nous avons pris de créer une synergie avec nos partenaires de la ville a été gagné. Je remercie dans ce contexte les autorités de la ville qui nous ont beaucoup aidé sur ce plan. Ils ont joué le rôle de médiateur avec le succès que nous connaissons aujourd'hui.

Royal Hamilius est maintenant bien installé au cœur de la ville. Le chantier n'est qu'un souvenir lointain, un chantier qui fut cependant très long, beaucoup plus long que prévu, non ?

C'est vrai, le chantier a duré beaucoup plus longtemps qu'initialement prévu. Si certaines causes étaient internes et notamment dues à la complexité et à l'étendue du chantier au cœur de la ville, d'autres difficultés n'étaient pas directement de notre ressort.

Rappelez-vous, nous avons tout d'abord loué l'enseigne du Département Store à Galeria Inno qui s'est malheureusement désistée avant que les Galeries Lafayette décident finalement de s'installer au cœur du projet. Nous avons rencontré la même situation avec l'opérateur du rooftop qui a également changé d'investisseur entretemps, avant qu'heureusement le SixSeven finisse par s'y installer. Sans parler du chantier du tram, de la pandémie, une consommation des clients retail qui a beaucoup changé ces derniers 24 mois, etc...

Aujourd'hui, nous sommes sur la bonne voie de voir s'installer encore plus de grandes enseignes internationales au Royal Hamilius. Un premier pas a été franchi avec les Galeries Lafayette, mais aussi avec la FNAC, Decathlon, la Poste, Delhaize, Tango, Atelier Steffen ainsi que Prêt-à-Manger qui sera la première ouverture au Luxembourg. Une partie de ces enseignes avaient besoin d'un temps pour comprendre et s'adapter à la clientèle luxembourgeoise qui, contrairement à ce que l'on pourrait penser, est certes modeste par son nombre mais assez unique dans son genre et qui possède ses propres règles. Et puis il y a la clientèle internationale de la Grande Région, avec ses propres goûts, exigences et choix.

Le Royal Hamilius est entretemps devenu une véritable « locomotive » pour le commerce de la ville. Il est situé à l'entrée du quartier commercial, au carrefour des arrivées et départs. N'est-ce pas un véritable atout pour vous ?

Oui, nous en sommes très fiers d'être comme un grand portail à l'entrée de la ville. D'abord, il y a l'arrêt du tram qui draine tous les jours plus de 15.000 personnes. Il y a aussi le grand parking souterrain de plus de 450 places et bien sûr tous les autres moyens de transport dont l'accès à la ville a été grandement facilité. Il y a à boire et à manger comme on dit ! Le Royal Hamilius est devenu un endroit où les gens se rencontrent, flânent, passent du temps et font leurs achats, chez Tango, Delhaize, Steffen, ... sans pour autant renoncer à découvrir le centre-ville dans son ensemble. Le marché bi-hebdomadaire sur la place Hamilius est une aubaine

pour nous. Il crée un trafic supplémentaire et une ambiance conviviale que nous ne sommes pas seuls à beaucoup apprécier.

La rue Aldringen, cependant, semble ne pas avoir trouvé, à la date d'aujourd'hui, sa place dans ce grand ensemble. Pourquoi tant de surfaces sont-elles encore inoccupées ?

Notre projet pour la rue Aldringen a pris du retard. En fait, nous voulons faire de cette rue, qui n'a jamais été une rue piétonne et commerçante, une fashion street, c'est-à-dire doté de magasins « mode et accessoires pour femmes, hommes et enfants » de premier choix.

Une rue Philippe II bis ?

Non, une rue Aldringen 1er (rire) qui propose une offre complémentaire, axée plus jeune et plus décontractée "urbanchic", mais pas moins qualitative. Nous doublons d'effort pour trouver les bonnes enseignes et nous espérons pouvoir avancer dans les prochains mois jusqu'à la fin de l'année. D'ores et déjà nous y accueillons l'enseigne Décathlon et quelques Pop-ups comme la « Malle de Luxe » "Helsinki", etc. La rue Aldringen est un défi passionnant que nous voulons également réussir.

Comment jugez-vous actuellement l'attractivité du centre-ville de Luxembourg ?

Les autorités communales font de gros efforts pour animer la ville et encourager l'activité commerciale. Vous n'avez qu'à regarder les nombreuses personnes qui se baladent dans les rues, en semaine comme le weekend. Il y a plein de monde, mais à mon avis trop peu d'acheteurs. On va boire un « pot » ou manger un « bout » entre amis, mais les achats spontanés font défaut.

Aujourd'hui, la consommation « à tout va » est en baisse. Le monde commercial devra s'y adapter en trouvant de nouvelles voies et de nouveaux produits pour inciter les clients à profiter davantage de l'offre commerciale de Luxembourg. Au Royal Hamilius, nous sommes décidés à relever cet autre défi, ensemble avec nos partenaires-commerçants et les autorités communales.

