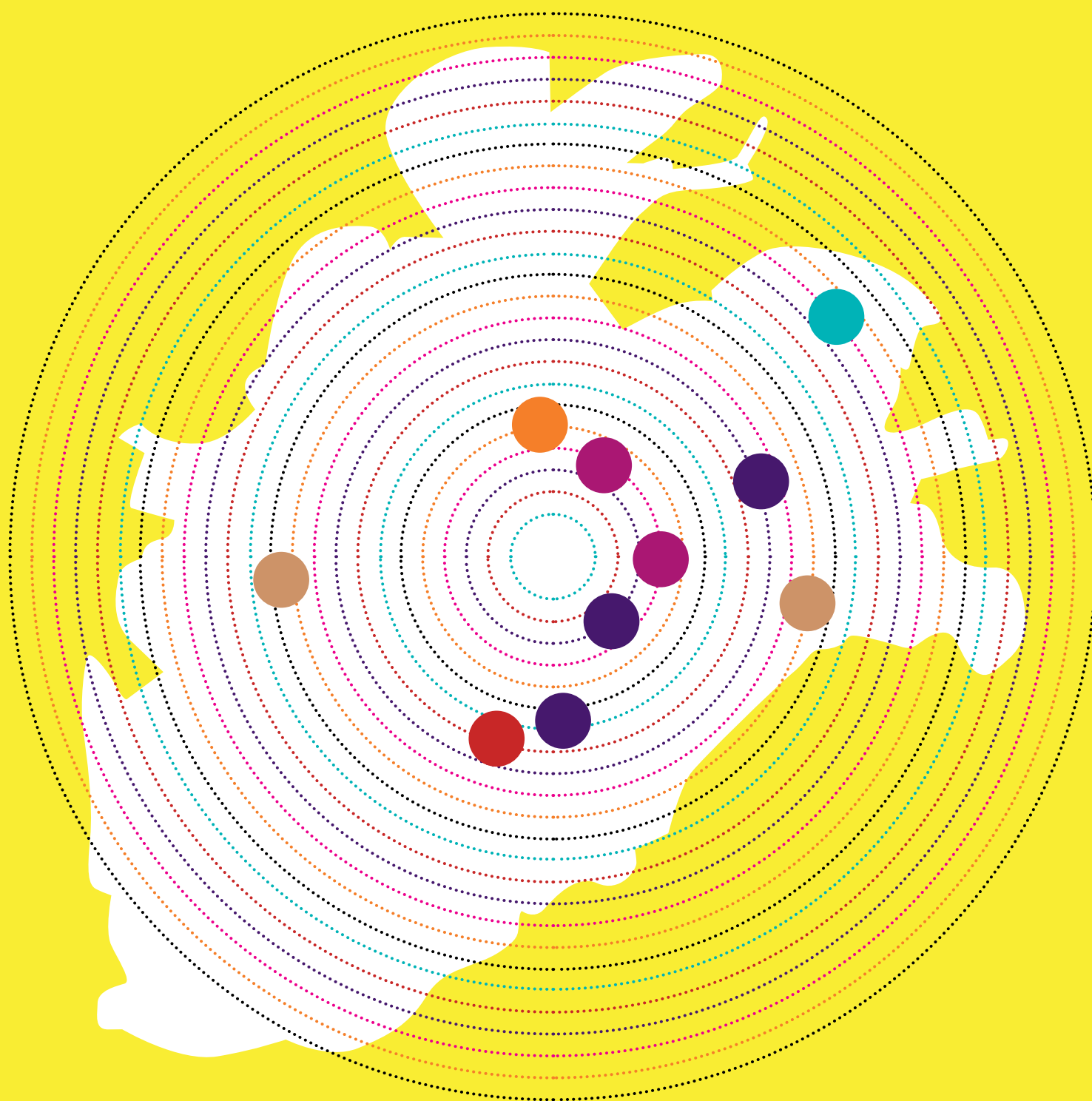




CommerceDesignLuxembourg

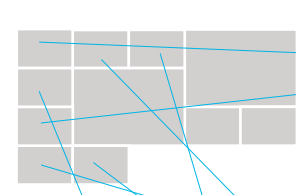
# COMMERCE DESIGN LUXEMBOURG 2009/2010



**PUB: VILLE  
DE LUXEMBOURG**



## JURY



**Présidente**  
**MARIE-JOSÉE LACROIX**  
Commissaire au Design  
Directrice Bureau  
Design Montréal  
Ville de Montréal, Québec

**Porte parole du Jury**  
**DR. ROBERT L. PHILIPPART**  
Directeur de l'Office  
National du Tourisme (ONT),  
Collaborateur scientifique  
à l'Université Catholique  
de Louvain  
Luxembourg

**NATHALIE JACOBY**  
**Architecte d'intérieur**  
NJOY, Architectes  
d'intérieurs/muséographes/  
éclairagistes, Luxembourg

**JOANNA GRODECKI**  
Designer  
Agence de communication  
Monopolka, Luxembourg

**ARNAUD MOURIAMÉ,**  
Graphic designer, Vice-  
Président de Design Friends  
asbl, membre du comité de  
Design Luxembourg asbl  
Arnaud Mouriamé  
graphicdesign,  
Luxembourg

**CHRISTIAN BAUER**  
Architecte, Président de  
la Fondation de l'Architecture  
et de l'Ingénierie  
Christian Bauer & associés  
architectes, Luxembourg

**MARTIN LAMMAR**  
Architecte, Président  
honoraire de l'Ordre  
des Architectes et des  
Ingénieurs-conseils (OAI)  
Atelier d'architecture  
et d'urbanisme Decker,  
Lammar & Associés,  
Luxembourg

## OBSERVATEURS UCVL



**BÉATRICE CARABIN**  
Commissaire au Design  
Bureau Design Montréal  
Ville de Montréal, Québec



**ANNE DARIN**  
Responsable de projet



**YVES PIRON**  
Directeur UCVL

# EDITO

C'est avec plaisir et non sans fierté que nous voyons la concrétisation de la première édition du concours Commerce**Design**Luxembourg. Destiné à encourager la qualité dans le design intérieur et extérieur des commerces de la capitale et à mettre en valeur le talent des designers, architectes et architectes d'intérieur, ce concours a été élaboré à partir d'un concept original de la Ville de Montréal, à ce jour repris par les villes de Saint-Étienne, Lyon, New York, Marseille, Bruxelles...

Il vise à primer les meilleurs aménagements, tous commerces et services confondus, sur le territoire de la Ville de Luxembourg. Convaincue de l'importance du design de commerce dans l'attractivité de la ville autant que dans le positionnement du commerce lui-même, l'Union Commerciale de la Ville de Luxembourg a tenu à encourager les bons exemples et les bonnes pratiques en ce domaine. Aussi, les lauréats des Grands Prix Commerce**Design**Luxembourg seront les ambassadeurs de la qualité en design et, sûrement, une source d'inspiration pour les commerçants qui souhaiteraient faire appel au savoir-faire à et à la créativité d'un professionnel de l'architecture ou du design pour leurs commerces.

Favorisant le rapprochement entre deux univers - les commerçants et les architectes ou designers - pour qu'ils conçoivent ensemble de nouveaux espaces de vie, de plaisir et d'achat, le concours affiche une démarche originale, de qualité et qui met l'accent sur la cohérence des projets.

Lancé officiellement en septembre dernier, le concours Commerce**Design**Luxembourg a reçu un bel accueil auprès des commerçants qui ont remis des dossiers de haut niveau. Qui dit concours, dit jury. Présidé par Marie-Josée Lacroix, initiatrice du concours à Montréal et Commissaire au Design, pour la Ville de Montréal, le jury indépendant rassemble des professionnels de plusieurs disciplines ayant trait au design (architectes, architectes d'intérieurs, graphistes, designers) et au tourisme pour que les notions d'attractivité, d'esthétique, de fonctionnalité et de pérennité soient prises en compte.

Après avoir pris connaissance des dossiers de candidature et d'analyses chiffrées, le jury a visité tous les commerces éligibles. Lors de discussions et de débats animés, il a passé en revue divers critères pour ne retenir que 19 finalistes dont 10 lauréats des Grands Prix Commerce**Design**Luxembourg. Les critères retenus pour évaluer les projets ont été autant la qualité du design (esthétique, créativité, cohérence intérieur/façade/graphisme, fonctionnalité, sécurité, pérennité...), que le contexte et l'impact du design de commerces sur les rues, les quartiers et les chalands. Le jury a retenu des réalisations et des projets d'implantation reflétant des budgets, des vocations commerciales, des identités et des cultures de quartiers de styles variés.

Nous tenons à remercier vivement tous les participants et les partenaires et à féliciter les gagnants.

YVES PIRON & ANNE DARIN



« Les commerces sont l'âme de la cité, lorsqu'ils sont beaux et animés, ils rendent la ville stimulante, unique et attirante pour les résidents et les gens de passage »

Anne Darin  
Responsable de projet



*Entretien avec Anne Darin & Yves Piron*

# AUGMENTER L'ATTRACTIVITÉ DU SHOPPING EN VILLE

L'UNION COMMERCIALE DE LA VILLE DE LUXEMBOURG (UCVL) PEUT ÊTRE FIÈRE DE SON CONCOURS COMMERCE DESIGN QUI A REMPORTÉ UN FRANC SUCCÈS CHEZ LES COMMERÇANTS ET QUI VOIT SE POSER LES PREMIERS JALONS D'UNE POLITIQUE DE DESIGN DANS LA CAPITALE. YVES PIRON, LE DIRECTEUR ET ANNE DARIN, LA RESPONSABLE DU PROJET NOUS EN DISENT PLUS.

# « Le concours permet de relier les mondes du commerce et du design »

Yves Piron  
Directeur UCVL



## Comment avez-vous eu vent du concours Commerce Design? Pourquoi avez-vous voulu l'importer à Luxembourg?

**Yves Piron:** Il y a deux ans le conseil d'administration de l'Union Commerciale de la Ville de Luxembourg a souhaité se professionnaliser afin de répondre aux défis nouveaux du commerce contemporain et de la Grande Région. C'est dans ce contexte qu'un accord a été trouvé avec la Ville et que j'ai été engagé comme directeur. Globalement, nous voulons rendre attractif le commerce à Luxembourg, et ce, d'abord avec des projets de dynamisation du commerce local comme la création de nouveaux services aux clients (*City Butler, Listes Cadeaux, Maison relais Kids And The City*) et à la promotion des produits et services (*Vitrine de commerce*). Plus largement, nous avons cherché les bonnes pratiques existantes pour valoriser les atouts du commerce de la Ville hors des frontières du Grand-Duché.

**Anne Darin:** Nous avons pu rencontrer l'initiatrice du projet, Marie-Josée Lacroix, à Bruxelles lorsque la Ville lançait son propre concours Commerce Design en 2008. Ce qui nous plaisait dans le concept, c'était de valoriser les commerçants qui font des efforts pour le bien-être général, l'image de la rue et de la ville. L'idée est à la fois de montrer les bonnes pratiques du côté du commerce, mais aussi de mettre en évidence les compétences des professionnels du design et de l'architecture. C'est le partenariat entre le commerçant et le designer qui est intéressant.

## Avec quelles nuances avez-vous adopté le concept?

**Y.P.:** Nous avons signé, le 26 janvier 2009, une convention avec la Ville de Montréal pour pouvoir reprendre le label «*concours Commerce Design*».

**A.D.:** Nous en avons repris tous les aspects, notamment le fait de promouvoir tous les secteurs d'activité sur tout le territoire de la ville et de valoriser les commerçants et les professionnels de l'architecture et du design. Ce concours a fait ses preuves un peu partout et après avoir visité des plus petites villes du réseau, comme St Étienne, nous avons été convaincus que c'était faisable et utile à Luxembourg, non seulement par rapport au nombre important de commerces en Ville de Luxembourg mais surtout parce que les bons exemples étaient déjà nombreux.

## Qu'en espérez-vous? Pour les commerces? Pour la ville?

**Y.P.:** L'idée générale est d'augmenter l'attractivité du shopping en ville. De plus en plus, les villes se démarquent par leur beauté, leur vitalité, leurs attractions touristiques et culturelles, mais aussi par leurs commerces. L'image de Luxembourg ne peut que tirer profit de ce genre de manifestation. Pour les commerces eux-mêmes, les précédents montrent que les lauréats des concours Commerce Design et, plus généralement, les commerces qui investissent dans le design sont plus pérennes et voient leur chiffre d'affaires augmenter.

**A.D.:** C'est un tout, une démarche cohérente que les clients ressentent, que le personnel apprécie et qui déteint sur l'ambiance générale d'une ville ou d'un quartier. C'est ce travail global que nous voulons valoriser et qui portera ses fruits à long terme.

## Combien de dossiers avez-vous reçus? Cela vous satisfait-il?

**A.D.:** Nous avons eu une quarantaine d'intentions. Puis finalement, 35 dossiers ont été reçus. Ce qui est très bon signe quand on sait qu'à Bruxelles, ils ont eu 44 dossiers! De ceux-là, nous avons dû en écarter 3 qui n'étaient pas éligibles (pas ouvert au public, pas sur le territoire de la ville et manque de pièces essentielles au dossier). Le jury a donc planché sur 32 dossiers. C'est une bonne surprise.

**Y.D.:** Cette première édition était un test. On voit que ça a pris. Nous en sommes très heureux.

## Quels sont les secteurs qui ont le plus participé?

**A.D.:** Le plus grand nombre de dossiers est venu des secteurs «Hôtels, restaurants, cafés» et des «Services». Viennent ensuite «Beauté et santé» (avec les salons de coiffure, très bien représentés), «Mode et accessoires». Le secteur «Goûts et saveurs» et celui de la «Maison et décoration» sont plutôt sous-représentés.

**Y.D.:** Ce qui est intéressant, c'est de voir que, géographiquement, la ville est bien couverte. Bien sûr, le centre-ville et la gare sont très présents, mais le Kirchberg et d'autres quartiers plus excentrés ont participé également. Sans que cela ait été une prérogative, le jury a d'ailleurs choisi 5 lauréats dans le centre et 5 lauréats dans les quartiers.

## Qu'est-ce qui vous a surpris dans les dossiers?

**A.D.:** Nous avons reçu des dossiers de grande qualité. On a pu aussi découvrir de nouveaux espaces. Le jury a d'ailleurs été surpris par certains commerces.

**Y.P.:** Je suis aussi surpris par la belle motivation des commerçants. Ils ne sont pas si souvent mis en avant, c'est bien de les voir sur l'avant de la scène.

## Qu'est-ce que le Prix du Public? Pourquoi est-il important?

**Y.P.:** Le concours permet de relier les mondes du commerce et du design. C'est déjà une très bonne chose. Mais il est important que le public prenne la mesure des efforts entrepris par les commerçants. Aussi, nous allons mettre en place des sentiers, dont un «*Sentier du design*», qui permettra au public d'aller voir les différents lauréats et d'élire leur coup de cœur. Ces parcours offrent aussi une visibilité aux commerces qui bénéficieront de plus de visiteurs. (*Voir en page 8*)

## Que peut-on améliorer ou changer à l'avenir?

**A.D.:** Il est clair que nous voulons pérenniser le concours et que nous allons beaucoup communiquer sur les résultats pour que les lauréats voient vraiment leurs efforts récompensés. En fonction des réactions, nous verrons si ce concours doit être annuel ou biennal. On voit bien qu'il y a un terreau favorable, mais on n'est pas sûr de la pertinence d'une édition annuelle. Quant à l'organisation, je crois qu'il n'y a pas eu de ratés. Parallèlement au concours nous souhaitons mettre à disposition de nos membres toutes les informations intéressantes que nous capitalisons en matière de design de commerce (livres, magazines spécialisés, conférences), proposer des modules de formation et les accompagner dans leur recherche de professionnels pour développer leurs activités commerciales.



# LE DESIGN N'EST PAS ELITISTE

MARIE-JOSÉE LACROIX, VENUE DE MONTRÉAL POUR PRÉSIDER LE JURY DE COMMERCE DESIGN LUXEMBOURG, A ÉTÉ L'INITIATRICE DU CONCEPT DANS SA VILLE IL Y A QUINZE ANS. RENCONTRE AVEC UNE SPÉCIALISTE.

**Vous avez lancé Commerce Design Montréal en 1995. Dans quel contexte?**  
Au début des années 90, la Ville de Montréal a défini sept secteurs stratégiques pour développer l'économie et l'image de la ville. Le design en faisait partie et j'ai été engagée en 1991 pour ce secteur. Il nous fallait trouver des actions à notre niveau et avec nos moyens. Pas question de subventions ou d'aides fiscales. C'était aussi une période de crise où de nombreux commerces fermaient et où les enseignes et franchises fleurissaient. D'où l'idée d'utiliser le commerce comme levier. C'est sans doute ce qu'il y a de plus visible, de plus public dans une ville. Le commerce est une interface très forte entre la population et la ville. L'idée était d'infléchir le cours des choses, d'encourager la qualité, d'améliorer l'expérience de la ville. Nous faisons face à un double enjeu: faire en sorte que les commerces travaillent avec des designers et architectes pour que ceux-ci restent à Montréal. Les commerçants primés dans le cadre de Commerce Design Montréal devenaient des ambassadeurs de la qualité et étaient valorisés par la même occasion.

**Comment le concours a-t-il évolué?**  
La stratégie s'est affinée petit à petit, comme dans un laboratoire expérimental. On a fonctionné par essais et erreurs pour affiner le concept. Par exemple, la première année, on a donné des prix pour l'intérieur et d'autres pour les vitrines. Ça ne fonctionne pas parce qu'il faut une cohérence, un design global. On a aussi voulu faire des classements avec un premier prix, mais cela allait à l'encontre de notre volonté d'affirmer que le design n'est pas élitiste. Nous avons donc donné 20 prix équivalents. Après quelques années, en 2000, je crois, nous

avons aussi lancé le Prix du public. C'était très important que le public prenne part à la manifestation, comprenne les enjeux, soit informé, sensibilisé, éduqué. Nous avons ainsi mis en place des parcours, des visites, des guides.

**Il a ensuite été décliné à l'étranger...**  
Ce n'était pas notre but au départ, mais ça nous fait vraiment plaisir de voir que le concept fonctionne ailleurs. Il est parfait pour des villes de taille intermédiaire où le commerce a besoin d'un coup de pouce. Je pense qu'il est basé sur des principes universels: il suscite la curiosité, voire l'envie ou la jalousie. Et surtout, ce concours touche un secteur, le commerce, essentiel à l'économie, mais qui est peu valorisé, où on a du mal à garder le personnel, où les responsables travaillent beaucoup. C'est rare qu'une action publique se fasse par la valorisation et non par une taxe ou une contrainte. C'est pour cela que le Commerce Design a essaimé. A l'automne prochain, nous aurons à Saint-Etienne une réunion des dix villes du réseau informel: outre Montréal et Saint-Etienne, Lyon et Times Square ont été dans les premiers, suivis par Marseille, Bruxelles, Eindhoven, Luxembourg, Toulon et Nantes (sous peu).

**Quels sont les commerces ou les secteurs où le design est le plus présent?**  
Nous martelons sans relâche que le design est bon pour tout le monde. C'est le principal préjugé auquel nous devons faire face: le design n'est pas réservé au monde du luxe ou à l'univers jeune et branché. L'idée est d'apporter une réponse juste à un problème: présentation des produits, facilité d'accès aux caisses, confort, changement de clientèle, entretien, sécurité... Et toutes ces thématiques concernent tous les

commerces indépendamment de leur activité. Cependant, il est vrai que les secteurs les plus touchés par les saisons, l'éphémère, l'image sont plus enclins à utiliser le design. Les magasins de vêtements, les bars, les coiffeurs. Mais un pressing ou un boulanger a aussi besoin de se démarquer des autres, d'attirer une clientèle...

**Peut-on mesurer la plus-value apportée par le design?**  
C'est difficile de mettre en place des critères objectifs et mesurables, surtout s'il s'agit de nouveaux commerces. Dans le cas de rénovations, on peut observer que les efforts sont toujours récompensés. Il peut être question d'augmenter le chiffre d'affaires ou la rentabilité au m2, mais aussi de rajeunir sa clientèle ou de s'assurer la fidélité de son personnel. Ce sont des résultats que nos lauréats observent et dont ils témoignent. Ce qui est important, c'est de savoir quels sont les points que l'on veut améliorer et en discuter avec le designer ou l'architecte pour qu'il trouve les solutions. En résumé, il y a deux moyens de progresser. On peut d'une part augmenter la valeur perçue, le prestige, ce qui permet d'augmenter les prix et/ou la clientèle, c'est une affaire de décor, de confort, de mise en espace... D'autre part, on peut aussi réduire les frais de fonctionnement, de fabrication en faisant des choix justes. Dans les deux cas, le design est essentiel.

**A l'heure de l'écologie, du durable, du recyclage, le design de commerce est-il différent?**  
Je crois que c'est surtout la crise qui fait réfléchir autrement. Quand on a moins de moyens, il faut être plus inventif, plus débrouillard. La récupération, le recyclage font partie de la réflexion pour faire baisser les coûts. De nos jours, on n'a pas les moyens de se tromper, de devoir tout casser

et recommencer. Il faut plus de réflexion, de planification. Je pense que les jeunes architectes et designers ont les bons réflexes pour cela.

**Plus largement, comment le concours Commerce Design peut-il apporter quelque chose à la ville? Montréal est devenue en effet exemplaire en matière de design, désignée par l'Unesco, citée dans les livres...**  
C'est un travail de longue haleine, à long terme. L'expérience nous montre que nous avons bien fait de miser sur le commerce parce que c'est très visible et proche du quotidien des gens. Au fil des années, les élus se succédant ont gardé le concept et se le sont approprié. Ils ont compris que c'était bon pour l'image de la ville. Il est très important que ce ne soit pas seulement du branding et de la communication. Le public ne s'y trompe pas, la Ville fait elle aussi des efforts en matière de design.

**Que pensez-vous des projets luxembourgeois et de la Ville de Luxembourg en la matière?**  
De ce que j'ai pu en voir, il me semble que les projets sont de bonne qualité et surtout d'une belle exécution. Je pense que vous avez au Luxembourg de bons artisans et corps de métier et des commerces prêts à investir pour que les travaux soient bien faits. Quant à la Ville, on voit qu'elle investit dans l'espace public. Elle se doit d'encourager des projets comme celui-ci, car les retombées sont larges. Je trouve la ville très belle et on sent une volonté de se renouveler en construisant sur un riche patrimoine, tant historique que moderne. Il y a beaucoup de talents en design, le commerce leur offre une belle vitrine pour s'exprimer et ce, au plus grand bénéfice de l'attractivité des entreprises et de la ville.

# « Le commerce est une interface très forte entre la population et la ville »

Marie-Josée Lacroix  
Initiatrice du concours Commerce Design Montréal



- 1  Banque de Luxembourg
- 2  Basics & Bespoke
- 3  Boo
- 4  Confiserie Namur
- 5  In Vino Gildas
- 6  Le Palais
- 7  Le Pavillon
- 8  Um Plateau
- 9  Urban Chic
- 10  Usina

|   |                                                                                     |                                     |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| A |  | Agence Dexia Indépendance           |
| B |  | Fabienne Belhou création            |
| C |  | Carré Rotondes - Exit 07            |
| D |  | Giorgetti - Kuhn Agence Immobilière |
| E |  | Gong - Sushi restaurant             |
| F |  | Guy Mathias Coiffure                |
| G |  | Kiosk                               |
| H |  | Ralph Weis Opticien                 |
| I |  | Smets Ellipse                       |



-  *Mode & accessoires*
-  *Bijouterie et horlogerie*
-  *Beauté & Santé*
-  *Maison & décoration*
-  *Goût et saveurs*
-  *Hôtels, restaurant & cafés*
-  *Services*



Claude Schmitz - Création Trophée

# UN TROPHÉE TRÈS DESIGN

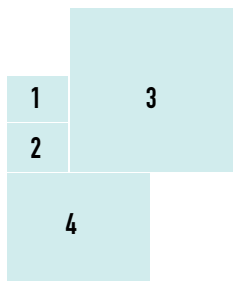
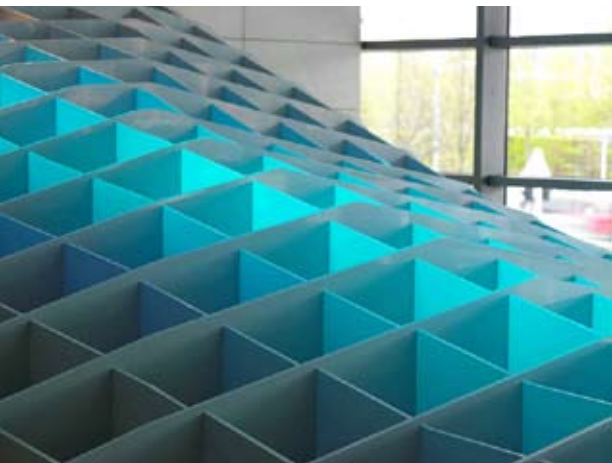
POUR RÉCOMPENSER LES GAGNANTS DU CONCOURS COMMERCEDESIGNLUXEMBOURG, IL FALLAIT UN TROPHÉE À LA HAUTEUR DE LEURS EFFORTS. C'EST L'UCVL QUI A CHOISI CLAUDE SCHMITZ POUR CRÉER UN TROPHÉE À L'IMAGE DU CONCOURS.

**Créé par le designer et artiste luxembourgeois Claude Schmitz, le trophée qui récompense les lauréats est dans la droite ligne du concours Commerce Design de par son originalité. Les organisateurs n'ont nullement voulu une banale coupe ou une simple médaille, mais une création contemporaine unique. Travaillant dans l'univers du bijou depuis bientôt quinze ans, l'artiste est parti d'une couronne de laurier ancienne qu'il a trouvée chez un antiquaire de Munich. Il a été séduit par cette pièce qui illustre parfaitement l'idée d'un**

**prix. Aussi, il en a réalisé un moulage pour pouvoir la reproduire en coulant de l'argent: «je voulais que ce soit un matériau noble». Mélangeant la tradition de cet objet avec la modernité des formes, Claude Schmitz lui adjoint des petits disques, eux aussi en argent. Chaque pièce est donc unique avec les disques soudés de façon différente. L'ensemble est laqué en blanc, pour son côté brillant et posé sur un socle en plexiglas rond. Le trophée peut ainsi être suspendu, indiquant la fierté de celui qui se le verra attribué.**

Claude Schmitz  
Créateur du Trophée Commerce Design Luxembourg





- 1 – Structure spectaculaire et esthétique
- 2&3 – Détails des pièces laquées toutes uniques
- 4 – La façade prend vie grâce à l'éclairage changeant de l'œuvre

Activité bancaire

## BANQUE DE LUXEMBOURG

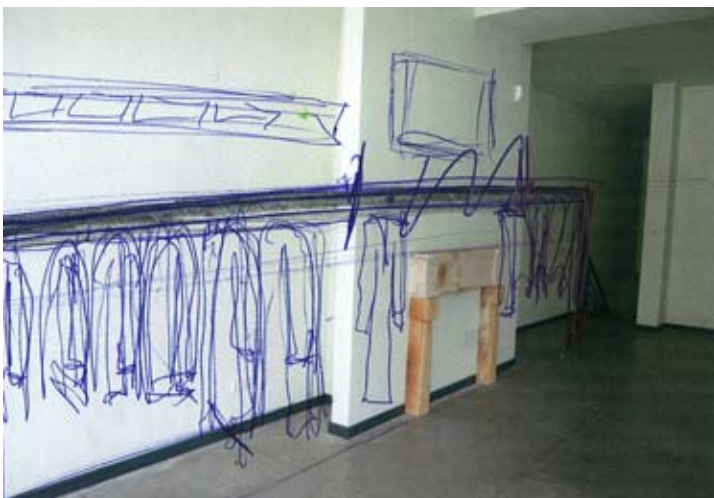
**Adresse:** 41, Av. John F. Kennedy  
**Quartier:** Kirchberg  
**Commanditaire:** Banque de Luxembourg  
**Contexte:** Rénovation  
**Surface:** 500m<sup>2</sup>  
**Année de réalisation:** 2007  
**Architecte:** Stefano Moreno –  
Moreno Architecture & Associés –  
18, rue Aciérie. L-1112 Luxembourg

Pendant longtemps, l'espace de cette banque a servi de galerie d'art pour des expositions en association avec le Mudam. Lorsque le musée a ouvert, les 500 m<sup>2</sup> ont été libérés et transformés en un espace de travail dans le service bancaire. Les contraintes liées à l'exposition d'œuvres d'art (hauteur sous plafond importante, transparence des lieux, apport en lumière) n'avaient plus de raison d'être, mais un clin d'œil à la vocation première de l'endroit demeurait une préoccupation. Ainsi, l'aménagement est-il devenu l'œuvre avec une structure spectaculaire et esthétique.

La structure autoportante a été directement modulée en 3 dimensions, à cause de la complexité de l'assemblage des pièces qui sont toutes différentes. La finition laquée est réalisée avec une peinture caméléon, de type carrosserie, qui change selon l'intensité de la lumière. La mise en valeur de l'élément architectural a été renforcée par un éclairage particulier (LED), qui change de couleur et d'intensité au cours de la journée.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** «Avoir osé une telle construction dans un tel établissement». Ainsi que «la visibilité extérieure de l'œuvre surtout le soir avec l'éclairage changeantes»





Costumes et tailleurs pour hommes

# BASICS & BESPOKE

**Adresse:** 9, Rue de la Boucherie  
**Quartier:** Centre  
**Commanditaire:** Pascal Zimmer  
**Contexte:** Déménagement  
**Année de réalisation:** 2006 - 2007  
**Architecte:** Pascal Zimmer – UNICOM S.A.  
– 71, Route de Dudelange, L-3222 Bettembourg

La création d'un magasin d'habillement pour hommes selon le concept «classics with a twist» dans le contexte de la vieille ville posait plusieurs défis. L'idée était de créer un lieu à l'esprit «Club», chaleureux et classique, sans tomber dans le «vieux jeu». Avec un investissement réduit, il fallait trouver une architecture d'intérieur qui dure. Aussi l'architecte a-t-il défini un concept équilibré entre passé et présent avec des meubles classiques anciens (penderie, lampadaires, fauteuils...) qui se marient avec des interventions contemporaines (béton noir ciré, acier brut, choix des couleurs...). Ces deux opposés sont cependant reliés par un facteur commun: l'authenticité.

Les clients habitués au vrai luxe s'y retrouvent par l'authenticité et la beauté de l'ensemble et le commerçant se réalise avec un investissement modeste. Ce design discret permet de se concentrer sur les vêtements qui sont au centre de l'activité commerciale.

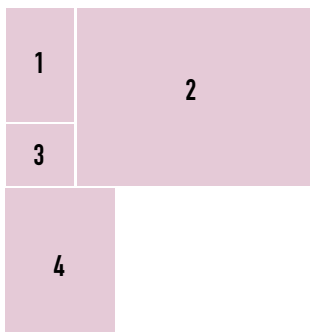
**LE JURY A APPRÉCIÉ :** «*Le respect de l'historique du bâtiment et la mise en valeur de la cheminée. La grande cohérence entre l'intérieur et l'extérieur d'un lieu qui propose un univers en phase avec les produits.*»

- |   |                                                                                                                         |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 1 – Accessoires pour hommes<br>2 – La cheminée d'origine<br>3 – Façade élégamment restaurée<br>4 – Croquis préparatoire |
| 2 |                                                                                                                         |
| 3 | 4                                                                                                                       |





Photos: Olivier Minaire



- 1— Etagères pour livres et objets insolites
- 2— Luminaires faits sur mesure par le Centre international d'art verrier de Meisenthal
- 3— Vitrine simple et chic
- 4— Le coin des hommes

Concept store

## BOO

**Adresse:** 8, Grand-Rue  
**Quartier:** Centre  
**Commanditaire:** Estelle Sidoni  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2009  
**Designer:** Estelle Sidoni  
**Contributeur:** Verrerie de Maisenthal  
(Centre international d'art verrier)

La boutique met en valeur la mode, les livres, le design et l'art dans un ensemble cohérent et attirant. L'ancienne pharmacie est un lieu classé qui nécessitait du respect et de la curiosité. Les mosaïques de l'entrée, la porte et les poutres sont restées intactes, alors que la verrière a été restaurée et sert de puits de lumière. L'idée était de créer un équilibre entre le contemporain, l'industriel et l'ancien.

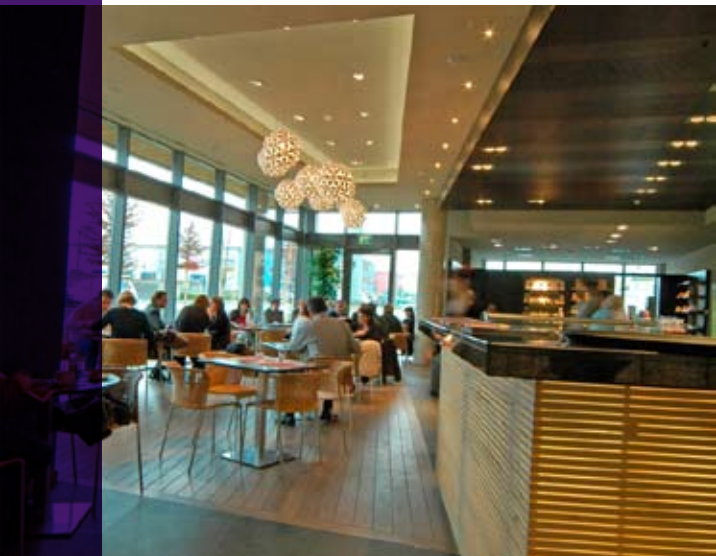
Le parquet en bois réchauffe l'ensemble et donne un côté intime. Des objets ont été chinés chez des antiquaires ou faits sur mesure par un menuisier.

Les luminaires ont été créés spécialement par le Centre International d'Art Verrier de Meisenthal (France), ce qui donne des lampes toutes différentes les unes des autres. Les radiateurs en fonte et la brique apparente renforcent le côté industriel du lieu.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** «La grande recherche dans la création d'un univers où les produits originaux sont mis en valeur par le travail sur l'espace fait avec des artisans verriers et menuisiers.»







Salon de thé, restaurant, réceptions et événements

# CONFISERIE NAMUR

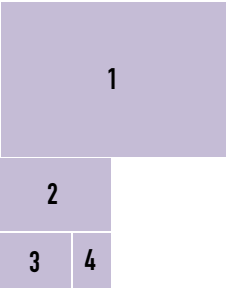
**Adresse:** 2, Rue de Bitbourg  
**Quartier:** Hamm  
**Commanditaire:** Max Nickels  
**Contexte:** Nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2007  
**Architectes:** Théo Worre & Jo Schiltz  
Architecture & Urbanisme Worre & Schiltz  
21, Avenue Monterey, L-2163 Luxembourg

Pour servir encore mieux une clientèle exigeante et fidèle et proposer une nouvelle formule d'événements festifs "à la carte", la confiserie Namur a entrepris la réalisation d'un projet ambitieux, consistant à réunir, sous un seul toit, ateliers de production, salons de dégustation et de réception ainsi qu'un espace vente.

Situés dans la zone commerciale de Hamm, bordés d'espaces verts et de vastes terrasses, le magasin, la cafétéria et les salons de réception et de restauration forment des lieux de rencontre, de divertissement où les gourmets peuvent venir déguster les spécialités culinaires et les pâtisseries.

Cloisons mobiles et équipements audio-vidéo performants permettent à ces espaces d'être des lieux de fête, de rencontre ou de tout autre événement, dans une atmosphère contemporaine et feutrée.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** "Une belle réalisation dans un quartier de zone industrielle. Cette prise de risque est à féliciter de même que la cohérence générale de tous les espaces qui fonctionnent bien ensemble."



- 1&4** — Ambiances spéciales créées par une décoration soignée  
**2** — Cafétéria  
**3** — Magasin







Vinothèque

## IN VINO GILDAS

**Adresse:** 105, av. du X Septembre  
**Quartier:** Belair  
**Commanditaire:** Gildas Royer  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2008  
**Architecte:** Robert Hornung  
 EGB Hornung & Associés  
 32, rue Edmond Dune, L-1409 Luxembourg

Ce projet n'est pas un projet classique, stéréotypé, comme le serait n'importe quel espace de vente de vins. Selon les vœux et la philosophie du propriétaire, l'espace d'accueil ressemble davantage à une galerie d'art en attente d'une exposition ou au laboratoire d'un esthète particulièrement méticuleux.

Une table en chêne brut de cinq mètres de long constitue le cœur de la boutique. Elle est surplombée par un tableau blanc reprenant la carte du monde et servant de support d'écriture lors des ateliers d'initiation. Avec une prédominance de noir et l'utilisation réfléchie de touches de blanc et d'un vert élégant, l'éclairage structure le lieu.

La cave se situe au bout du magasin dans un espace reculé volontairement plus sombre, lieu de sélection, de découverte, de choix.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** *“Un espace bien pensé jusque dans les détails et modulable pour les événements. Le graphisme est excellent et cohérent avec la philosophie et la vocation du lieu.”*



LAURÉAT

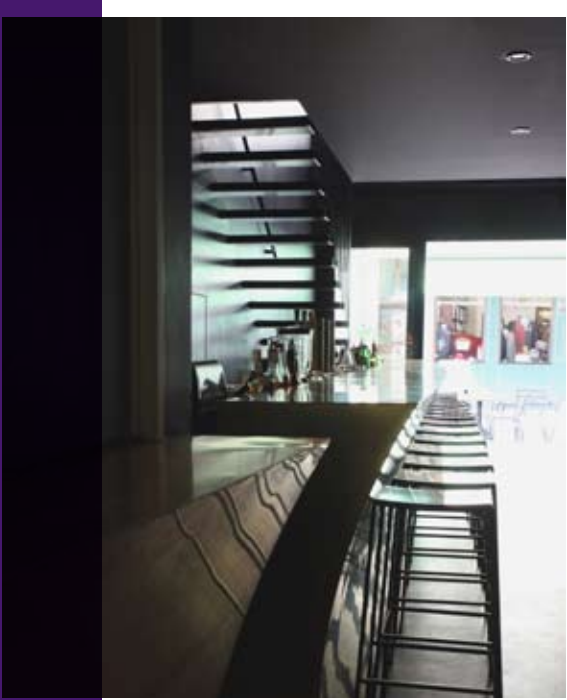
1

2

3

1 — Le graphisme au service du lieu  
 2 — La table des découvertes  
 3 — La cave, sobre et fonctionnelle

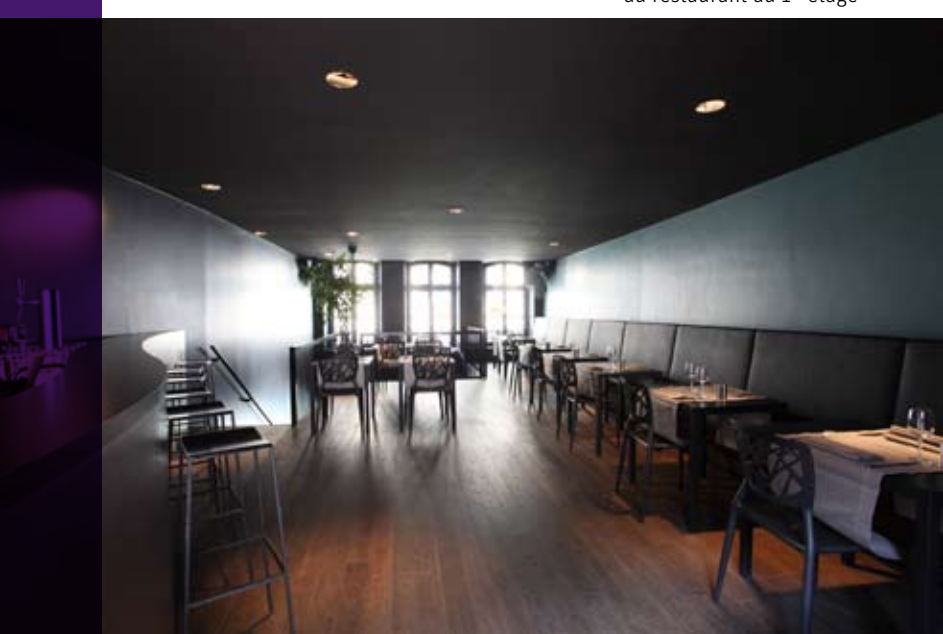




2



- 1— Invitation à monter sur le bar majestueux
- 2— Design adapté à un lieu tout en longueur
- 3— Espace dépouillé du restaurant au 1<sup>er</sup> étage



Restaurant / Bar

## LE PALAIS

**Adresse:** 13, Rue du Marché-aux-Herbes

**Quartier:** Centre

**Commanditaire:** Giovanni Costa

**Contexte:** Nouveau commerce

**Année de réalisation:** 2008

**Architecte:** Eve-Lynn Beckius

bel.architecture — 42, route de Hollerich,  
L-1744 Luxembourg

L'idée était d'ouvrir un endroit qui puisse fonctionner toute la journée selon différents rythmes: café le matin, restaurant le midi et bar le soir. Ces trois activités devaient pouvoir fonctionner dans le même espace. Un autre défi était de diriger les clients vers l'étage en rendant l'escalier très présent. Cet aménagement devenant la signature du lieu. Grâce aux premières marches en éventail, le client est invité à monter sans se poser de question.

Il fallait aussi tirer profit d'un rez-de-chaussée très long et étroit. Le comptoir, un grand meuble en laiton brut, forme un arc de cercle dont le centre serait au milieu du palais grand-ducal. L'escalier prolonge ce comptoir et une des marches devient le toit du comptoir où sont rangés les verres.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** «Le concept très fort d'un bar sculptural sur lequel on monte pour aller à l'étage. La transformation radicale de la façade et de l'intérieur pour un ensemble cohérent et pertinent.»







Bar Lounge

## LE PAVILLON

**Adresse:** 9A, Place de la Gare

**Quartier:** Gare

**Commanditaire:** Chemins de fer luxembourgeois

**Contexte:** Réhabilitation du pavillon Grand-Ducal et ouverture d'un nouveau commerce

**Année de réalisation:** 2009

**Cabinet Architecture:** Elisabeth Teisen

Teisen & Giesler Architectes

105, rue Adolphe Fischer, L-1521 Luxembourg

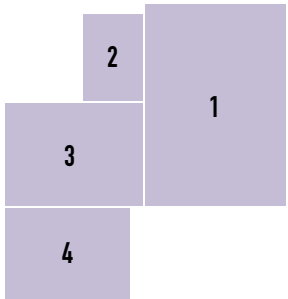
**Contributeur:** h2a (bureau de communication)

Après avoir été utilisé comme boutique pendant l'année culturelle 2007, le Pavillon Grand-Ducal à la gare de Luxembourg a été transformé en café-bar. Classée monument historique par le ministère de la Culture, cette partie de la gare devait être rénovée en étroite collaboration avec le Service des Sites et Monuments Nationaux.

Le défi architectural portait sur la sensibilité à apporter au charme existant du lieu, tout en permettant un aménagement contemporain et fonctionnel d'un café-bar, se mariant aux matériaux déjà présents. C'est ainsi qu'un comptoir au milieu de l'espace central a été aménagé en béton vu, qui s'harmonise avec l'intérieur fortement décoratif du socle en marbre et de la tapisserie à motif d'époque.

Toutes les installations sanitaires et électriques, nécessaires pour le fonctionnement du comptoir, ont pu être discrètement intégrées à la plateforme plaquée en inox brossé. L'éclairage indirect en LED, intégré au mobilier, fait quasiment «flotter» le comptoir massif au-dessus du parquet existant. La qualité du nouvel agencement complète la beauté naturelle du lieu.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** «Une réhabilitation d'un lieu historique très réussie grâce à un concept d'une grande justesse. Réalisation d'une grande valeur ajoutée pour la Gare.»



1 – Petit salon donnant sur le quai

2 – Beau contraste d'un lustre d'époque avec le comptoir en béton

3 – Salon latéral au design épuré

4 – *Flyer lignes*





Restaurant

## UM PLATEAU

**Adresse:** 6, Plateau Almünster  
**Quartier:** Clausen  
**Commanditaire:** Stéphanie Jauquet  
**Contexte:** Rénovation  
**Année de réalisation:** 2008  
**Architecte:** Stefano Moreno  
 Moreno Architecture & Associés  
 18, rue de l'Acierie, L-1112 Luxembourg

Le restaurant “Um Plateau” situé à Clausen a longtemps été un lieu mythique des soirées de Luxembourg. Sa rénovation demandait à la fois de respecter la bâtisse existante, se trouvant sur un site classé, tout en proposant un réaménagement contemporain. La clientèle d'autrefois allait retrouver l'atmosphère conviviale d'antan et de nouvelles têtes y trouveraient une ambiance de confort et une ambiance chaleureuse.

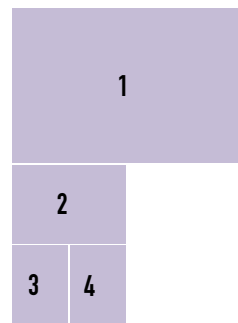
La façade a été repensée de manière légère, ne laissant pas penser à l'ampleur des travaux réalisés à l'intérieur. L'ouverture vitrée pour l'entrée et la tonalité taupe de l'ensemble permettent à l'extérieur et l'intérieur de former un tout cohérent.

L'intérieur du restaurant a été réalisé comme un cocon. Le rez-de-chaussée propose deux salles de restaurant dans un esprit “bon enfant” ainsi qu'une salle ouverte avec une vue sur les rives de Clausen. A l'étage, la salle de restauration est plus colorée, avec des bandes murales de couleur fuchsia et anis, couleurs reprises par petites touches dans les objets de décoration.

L'ancienne maison reprend vie grâce au choix de matériaux tels que le Corian®, les mosaïques en verre, les tissus en feutre. L'ensemble contemporain est contrasté par un choix de grands classiques pour les fauteuils et les luminaires ainsi qu'avec les vitraux restaurés.

Mélange de styles et audace séduisent les anciens clients tout comme les nouveaux curieux.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** “Un design très respectueux du patrimoine historique de la bâtisse et un travail très harmonieux entre les éléments anciens: vitraux, moulures des plafonds, et le design contemporain.”



- 1 — Salle feutrée du premier étage
- 2 — La conservation des anciennes fenêtres extérieures rappelle le passé du lieu
- 3 — Les luminaires et la décoration aux couleurs fushia et anis créent une ambiance unique
- 4 — Détail des vitraux restaurés







Salon de Coiffure

## URBAN CHIC

**Adresse:** 37, rue Glesener  
**Quartier:** Gare  
**Commanditaire:** Marco Di Siatì  
**Contexte:** Rénovation  
**Année de réalisation:** 2006  
**Cabinet architecture:**  
**Architecte / designer:** Anouk Thill  
A+T Architecture  
13, rue Kalchesbrück, L-1852 Luxembourg

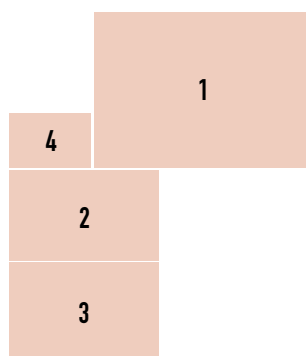
Le défi était de répondre aux attentes du propriétaire par une architecture intérieure non éphémère. Le coiffeur voulait un style urbain avec un look “kitsch chic”, le tout avec un budget réduit.

Le choix des matériaux s’est porté sur une éga-line gris anthracite posée sur le carrelage existant pour le sol, une tapisserie des années 70 et une mise en peinture partielle des murs dans une teinte dorée pour le clin d’œil kitsch, ainsi qu’un éclairage indirect avec des filtres roses.

Le comptoir en verre laqué noir forme un bloc avec des lignes minimalistes pour séparer l’espace lavage du côté de la rue. Ce bloc est soutenu par un faux plafond avec un éclairage indirect intégré de teinte rose. La tapisserie au look rétro est posée dans le fond du salon, seul mur neutre, pour donner une profondeur à l’ensemble. La teinte grise du sol et du plafond, le jeu des éclairages indirects intégrés dans les faux plafonds, délimitant les zones de travail, rendent l’aménagement moderne et urbain.

Une clientèle de tout âge s’est approprié le concept urbain et kitsch chic à la fois et s’y est reconnue pour devenir une clientèle fidèle: des habitant du quartier, ceux qui y travaillent et surtout des personnes qui cherchent quelque chose de différent.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** “Une très bonne cohérence du lieu: au niveau de la relation entre la façade et l’intérieur ainsi qu’entre le design et la clientèle ciblée qui constitue une réalisation à valeur ajoutée pour le quartier de la gare.”



- 1 – Vue d’ensemble avec la vitrine en arrière plan
- 2 – Le comptoir en verre laqué
- 3 – L’espace coiffage (coiffure?)
- 4 – Façade et graphisme en harmonie totale





Concept Store

## USINA DESIGN & MORE

**Adresse:** 8, Av. de la Porte Neuve

**Quartier:** Centre

**Commanditaire:** Anouk Wies et Anne Kieffer

**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce

**Année de réalisation:** 2007

**Architectes/designers:** Jim Clemes & Anne Kieffer  
Atelier d'Architecture & de design  
120, Rue de Luxembourg, L-4221 Esch/Alzette

Rassembler sous un même toit des objets design, des fleurs, de l'alimentation et de la décoration. Tel était le concept du magasin Usina qui a guidé l'architecte et designer. Ainsi, une atmosphère à part entière a été développée pour être ouverte sur les deux boutiques voisines, l'une fleuriste, l'autre épicerie italienne.

En façade, le gris est de mise pour la sobriété et le chic. A l'intérieur, les différents espaces ont chacun leur identité mais sont clairement de la même famille. La lumière naturelle est très présente et les agencements du magasin sont pensés pour leur adaptabilité.

**LE JURY A APPRÉCIÉ:** "Une très belle façade durable qui contraste avec un espace intérieur modulable permettant des changements fréquents des produits présentés. Une relation forte entre l'espace intérieur et l'espace publique."

1

2

3

- 1— L'aménagement intérieur s'efface devant l'originalité des objets colorés
- 2— Sobriété et élégance d'une façade intemporelle
- 3— Au fond de la boutique, un espace bureau cosy pour recevoir les clients



LAURÉAT



# LES AUTRES CANDIDATS FINALISTES

AU TERME DE DÉBATS ET DISCUSSIONS, LE JURY A DÉCIDÉ DE VALORISER NEUF FINALISTES QUI N'ONT PAS DÉMÉRITÉ SANS ATTEINDRE POUR AUTANT LA COHÉRENCE ET LE NIVEAU DES VAINQUEURS. IL LEUR EST CONSEILLÉ DE POURSUIVRE LES EFFORTS ENTREPRIS.

  
Activités bancaires  
**AGENCE DEXIA  
INDEPENDANCE**



**LES + :**  
Design en cohérence  
avec la vocation du  
lieu. Bonne qualité  
des matériaux utilisés.

**Adresse:** 69, Route d'Esch  
**Quartier:** Hollerich  
**Commanditaire:** Dexia  
**Contexte:** Construction nouvelle agence  
**Année de réalisation:** 2006-2007  
**Cabinet Architecture:** Stefano Moreno, Moreno Architecture  
& Associés, 18, Rue de l'Académie, L-1112 Luxembourg

  
Bijouterie & Joaillerie: Créations  
**BIJOUTERIE-  
JOAILLERIE  
FABIENNE BELNOU**



**LES + :**  
Création d'un univers personnel.  
Unité et cohérence de la  
corporate identity

**Adresse:** 26, Rue Philippe II – Centre  
**Quartier:** Centre  
**Commanditaire:** Fabienne Belnou  
**Contexte:** Rénovation  
**Année de réalisation:** 2007  
**Architectes:** Albert Wagener & Michèle Cotza  
Wagener & Cotza Architectes, 31, Rue Schmitz, L-8190 Kopstal



Bar culturel

## CARRÉ-ROTONDES EXIT 07



**LES + :**  
Recyclage de mobiliers  
pour réaliser cet espace.  
Bar très long et  
esthétique ainsi que  
les étagères éclairées.

**Adresse:** 1, Rue de l'Académie  
**Quartier:** Hollerich  
**Commanditaire:** CarréRotondes asbl  
**Contexte:** Déménagement d'un commerce existant  
**Année de réalisation:** 2008  
**Architecte:** Elisabeth Teisen  
Teisen & Giesler Architectes  
105, Rue Adolphe Fischer, L-1521 Luxembourg





Promotion Immobilière & Construction

## GIORGETTI-KUHN AGENCE IMMOBILIÈRE



LES+ :

Réalisation techniquement impeccable dans un lieu peu facile. Concept novateur pour ce type de produits

**Adresse:** 5, Rue de la Boucherie  
**Quartier:** Centre  
**Commanditaire:** Kuhn S.A.  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** Juin à Septembre 2009  
**Architecte:** Céline Marchal - Kuhn S.A. — Zone d'activité John Mac Adam, L-1113 Luxembourg



Café, petite restauration

## KIOSK



LES+ :

Beau projet architectural très sculptural.  
Réponse à un besoin de restauration rapide pour une clientèle ciblée (jeunes)

**Adresse:** 96, Boulevard Konrad Adenauer —  
**Quartier:** Kirchberg  
**Commanditaire:** XXXXXXXXXXXXXXX  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2008  
**Architecte:** Carole Schmit - Polaris Architects  
38, Rue Arthur Herchen, L-1727 Luxembourg



Restaurant

## GONG SUSHI RESTAURANT



LES+ :

Beau graphisme cohérent: carte, décor mural...  
Beau projet pour cette nouvelle galerie commerciale

**Adresse:** 44A, Avenue John F. Kennedy  
**Quartier:** Kirchberg  
**Commanditaire:** XXXXXXXXXXXXXXX  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2009  
**Architecte:** Marie Lucas - M3 Architectes  
15, Rue Würth Paquet, L-2737 Luxembourg



Salon de coiffure

## GUY MATTHIAS COIFFURE



LES+ :

Mariage intelligent entre les matériaux. Concept fort, très masculin, bien ciblé.

**Adresse:** 66-70, Rue de Bonnevoie  
**Quartier:** Bonnevoie  
**Commanditaire:** Guy Mathias  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2007  
**Architecte:** Anouk Thill - A+T Architecture  
13, Rue Kalchesbrück, L-1852 Luxembourg



Opticien

## RALPH WEIS OPTICIEN



LES+ :

Aménagement judicieux et pratique d'un micro-espace.  
Belles vitrines très sobres en cohérence avec l'intérieur: «le magasin s'affiche de l'extérieur»

**Adresse:** 11, Avenue de la Porte-Neuve  
**Quartier:** Centre  
**Commanditaire:** Ralph Weis  
**Contexte:** Rénovation  
**Année de réalisation:** 2006  
**Architecte:** Anouk Thill - A+T Architecture  
13, Rue Kalchesbrück, L-1852 Luxembourg



Concept Store: Vêtements de luxe & Accessoires

## SMETS ELLIPSE



LES+ :

Bel aménagement intérieur, définition des espaces en forme d'ellipses. Le positionnement des lumières au plafond est très étudié, la lumière délimite aussi les espaces.

**Adresse:** 33, Avenue John F. Kennedy  
**Quartier:** Kirchberg  
**Commanditaire:** Carine Smets  
**Contexte:** Ouverture d'un nouveau commerce  
**Année de réalisation:** 2008  
**Architectes:** Estelle Benatar & Florent Cenni  
Zoom Architecture— 151, Rue Sans Soucis, B-1050 Bruxelles





CommerceDesignLuxembourg

# INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

## AGENDA & AUTRES INFORMATIONS

**Février 2009:**

Signature de la convention entre l'UCVL et la Ville de Montréal (11/09/09)

**Septembre 2009:**

Lancement officiel du concours, appel à candidatures (24/09/09)

**23 mars 2010:**

Jury de sélection

**24 mars 2010:**

Annonce des prix du Jury et lancement du Prix du Public

**Mars à mai 2010:**

Vote du public (site internet, espace d'accueil Cityshopping)

**Mai ou juin 2010:**

Annonce du Prix du Public

**Mars 2010 à septembre**

**2011:** grande campagne médiatique des commerces lauréats.

**Les frais de dossier et de communication s'élèvent à 50 Euros.**

**LA PARTICIPATION EST GRATUITE POUR LES MEMBRES DE L'UCVL.**

**Remarque : l'UCVL offre aux lauréats la cotisation de membre pour 2010.**

Un jury professionnel (designers, architectes d'intérieurs, architectes, spécialistes de la communication, graphistes, etc) et indépendant pour garantir la qualité.  
2 observateurs de l'UCVL feront partie du jury  
Présélection des dossiers puis visites de tous les commerces retenus pour aboutir à une sélection finale.

**CONTACTS:**

**UCVL**

Concours  
CommerceDesignLuxembourg  
commercedesignluxembourg.lu

**Mme Anne DARIN**  
**Coordinatrice de projet**

24, rue de la Poste  
L-2346 Luxembourg  
Tél.: 22 62 60  
Fax: 22 26 87  
E-mail : city@cityshopping.lu  
www.cityshopping.lu

## OURS

Brochure éditée par  
Mike Koedinger Editions  
pour le compte de l'UCVL



24, rue de la Poste  
L-2346 Luxembourg  
T. : +352 22 62 60  
F. : +352 22 26 87  
www.cityshopping.lu



www.mikekoedinger.com

**Coordination:** Rudy Lafontaine

**Rédaction:** France Clarinval

**Photographie:** Julien Becker, Olivier Minaire

**Direction artistique:** Maxime Pintadu

**Mise en page:** INgrid -  
StudioForEditorialDesign S.A.

**Impression :** Imprimerie Centrale S.A.

**Pictogrammes** réalisés par Comed

*Photos des projets lauréats et finalistes*  
© UCVL



## PARTENAIRES



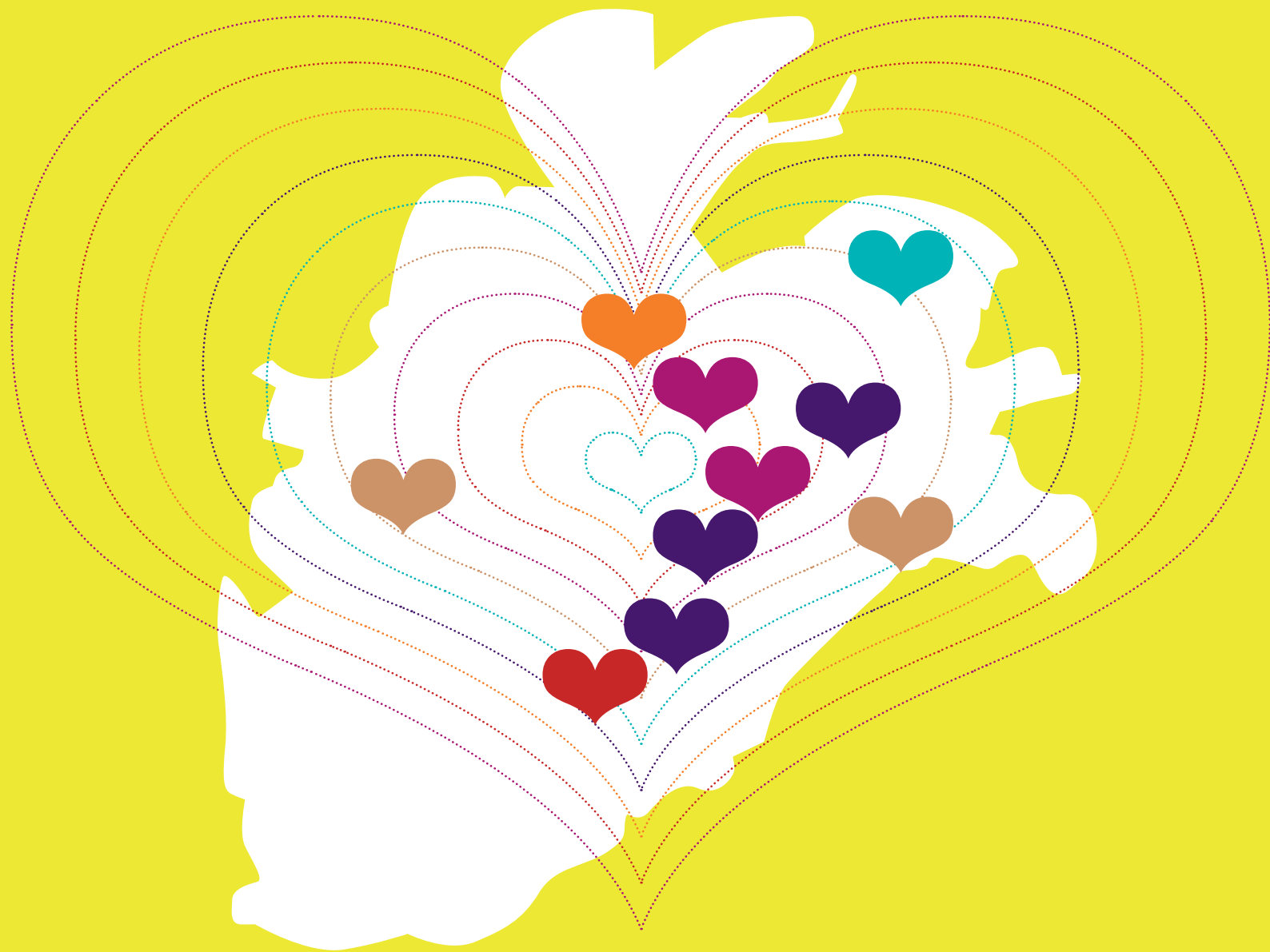
DESIGN | LUXEMBOURG



pro||materia







Coupez sur les lignes



Faxez au  
22 26 87



ou écrivez-nous à  
Cityshopping  
24, rue de la Poste  
L-2346 Luxembourg



ou envoyez par mail à  
annedarin@cityshopping.lu



Et gagnez  
peut-être 500€

**VOTEZ!**   
**pour votre  
coup de coeur!**  
**Et gagnez  
peut-être 500€**

Jusqu'au 29.05.2010

## REGLEMENT DU CONCOURS

### REGLEMENT DU VOTE POUR LE «COUP DE CŒUR DU PUBLIC» DU CONCOURS COMMERCE DESIGN LUXEMBOURG

Au terme du concours Commerce**Design**Luxembourg, nous invitons le public à voter parmi les 10 lauréats afin d'élire le «Coup de cœur» du public. Le vote se déroulera du 24/03/2010 au 29/05/2010.

Nous vous invitons vivement à venir découvrir ces commerces au design remarquable en parcourant le «sentier des lauréats» ... et de laisser jouer votre sens critique afin d'élire votre préféré!

La participation au vote est ouverte à toute personne intéressée.

Le participant peut soit se rendre sur notre site web **[www.cityshopping.lu](http://www.cityshopping.lu)**, soit compléter le formulaire de vote ci-joint en précisant ses coordonnées personnelles.

Une fois l'étape du vote achevée, il sera procédé par huissier de justice au Luxembourg, au tirage au sort d'un gagnant parmi les personnes ayant participé au «Coup de cœur» du public.

Le gagnant aura le plaisir de recevoir de la part de l'UCVL une valeur de 500 euros pour ses achats effectués dans les commerces de la capitale, membres de l'UCVL.

La participation à l'opération entraîne l'acceptation du règlement «*Coup de cœur du public*» dans son intégralité, lequel peut être obtenu sur le site web **[www.cityshopping.lu](http://www.cityshopping.lu)**

## FORMULAIRE

Choisissez votre coup de cœur  
parmi les 10 lauréats :

- ☐ Banque de Luxembourg
- ☐ Basic & Bespoke
- ☐ Boo
- ☐ Confiserie Namur
- ☐ In Vino Gildas
- ☐ Le Palais
- ☐ Le Pavillon
- ☐ Um Plateau
- ☐ Urban Chic
- ☐ Usina

### VOS COORDONNÉES :

NOM : .....

PRÉNOM : .....

ADRESSE : .....

.....

.....

CP : .....

VILLE : .....

EMAIL : .....





# **BGL BNP Paribas partenaire de l'Union Commerciale de la Ville de Luxembourg**

## **Vos agences à Luxembourg-Ville :**

**Bonnevoie** 101-103, rue de Bonnevoie

**Gare** 76, avenue de la Liberté

**Kirchberg** 10, rue Edward Steichen

**Merl & Belair** 123, avenue du X Septembre

**Cloche d'Or** 2, rue Henri Schnadt

**Grand-Rue** 1-3, rue du Marché aux Herbes

**Limpertsberg** 43-45, allée Scheffer

**Royal-Monterey** 27, avenue Monterey

Tél.: (+352) 42 42-2000.



**BGL  
BNP PARIBAS**

| La banque d'un monde qui change

[www.bgl.lu](http://www.bgl.lu)