



Persbericht

Brussel - 24/02/2022

Westland: Eind van de werken en diversificatie

Ondanks de gezondheids crisis, staat AG Real Estate op het punt de grondige renovatie en uitbreiding van Westland Shopping in Anderlecht, die aangevat werden in 2019, af te ronden. De renovaties waren bedoeld om de aantrekkelijkheid van het centrum te verhogen dankzij een herdefiniëring van zijn identiteit. De klantfocus steunt voortaan op het concept 'Live, Shop, Play'. Tegelijk wordt ook het commerciële aanbod verruimd. Westland Shopping verwelkomt een grote 'department store' en meerdere andere nieuwe retailers. Het aanbod aan Food & Beverage neemt fors toe terwijl er ook 4000 m² voor entertainment beschikbaar wordt.

Zodra alle nieuwe ruimtes ter beschikking zijn gesteld dit voorjaar, zal Westland met een totale oppervlakte van 52.000 m² zijn referentiepositie als dé shopping bestemming aan de westelijke rand van Brussel verder consolideren.

Op heden wordt bijna 90% van de totale handelsruimte gecommmercialiseerd. In de komende maanden zal deze nu al uitzonderlijke commerciële mix verder vervolledigd worden.

Astrid Flamand, Senior Transaction & Development Manager – Retail bij AG Real Estate, en verantwoordelijk voor de herontwikkeling van Westland Shopping, bevestigt: *"We beginnen nu sereen en enthousiast aan de laatste rechte lijn van de werkzaamheden. Het team is met glans geslaagd in de enorme uitdaging van de voorbije maanden: de grondige transformatie van een shopping center dat intussen evenzeer bleef draaien, met zo weinig mogelijk hinder voor de handelaars en voor de omwonenden, dit alles terwijl wereldwijd een gezondheids crisis woedde. We mogen gerust trots zijn op het resultaat, technisch,*

esthetisch én commercieel. We zijn ervan overtuigd dat Westland ook in de toekomst tot het kruim van de activa in onze portefeuille blijft behoren."

De sleutel tot succes: de commerciële mix.

Het is zelfs in dit stadium al duidelijk dat het team van AG Real Estate een bijzonder **geslaagde extreme makeover** heeft gerealiseerd. Het 'nieuwe' Westland veroverd inderdaad de harten van zijn klanten én handelaars.

Concreet kunnen enkele cijfers dit statement staven:

- **90%** van de ruimtes is verhuurd of in onderhandeling
- **34** bestaande detailhandelaars hebben reeds toegezegd hun winkels te zullen renoveren, waaruit blijkt dat zij vertrouwen hebben in de teams die de renovaties hebben uitgevoerd om het "Live, Shop, Play"-concept te integreren.
- **17** nieuwe detailhandelaars zijn al bevestigd voor installatie
- Een uitgebreid aanbod van nieuwe Food & Beverage merken en Leisure activiteiten zullen **meer dan 15%** van het totale winkelloppervlak innemen
- **40%** meer parkeergelegenheid en integratie van zachte mobiliteit

En voor de fans van het Westland: ruimere openingstijden voor de diverse fun- en entertainmentactiviteiten, ook op zondag!

Details van de belangrijkste veranderingen :

'Gepimpte' winkels

Press Shop, DI, CLUB, Claire's, Neuhaus, Foot Locker, Damart en Alan Paul zijn intussen bezig hun eigen winkelruimtes op te knappen. Ze passen zich daarbij aan om de nieuwe 'look & feel' van het shoppingcenter te volgen. In de komende maanden volgen ook Naf Naf, Etam, Undiz, Yves Rocher en Neckerman dat voorbeeld.



'Think Big' is het motto bij vele handelaars

Heel wat van onze winkels van het eerste uur grepen nu hun kans om hun vertrouwen te bevestigen door te verhuizen naar een andere – meestal grotere – winkelruimte:

- **Delhaize:** sinds de zomer van 2021 pakt de supermarkt uit met zijn nieuwe dienstverleningsconcept, en dit op een volledig nieuwe ruimte van 4000 m² die speciaal voor hen werd aangelegd in het noorden van de site.
- **H&M:** het Zweedse merk is op de gelijkvloerse verdieping gevestigd, maar voegt er een extra verdieping aan toe om zijn oppervlakte te verhogen tot bijna 2200 m².
- **Vanden Borre:** het merk voor huishoudelijk elektra is sinds mensenheugenis gevestigd in de centrale zone van onze shopping, maar lanceerde onlangs zijn nieuwe branding in een ruimte van 770 m² waar vroeger Delhaize huisde.
- **Gilance:** de lederwarenhandel opende zopas een nieuw verkooppunt van ruim 300 m² om zijn aanbod uit te breiden met onder meer enkele grote internationale merken.

- **Ici Paris XL:** vlak voor Kerstmis opende de parfumerie een gloednieuwe winkel van bijna 400 m² in het andere uiteinde van het shoppingcenter, bij de westelijke ingang.
- **West Optic:** dit privémerk is al bijna 40 jaar gevestigd in de shopping en vond het tijd om zijn verkoopoppervlak te verdubbelen op de verdieping van de galerij. Het aanbod wordt geherdefinieerd en verrijkt met extra diensten.
- **Mano:** de schoenenwinkel verhuist in de komende weken naar een grotere en centraler gelegen ruimte op de benedenverdieping van de mall.
- **Hairdis:** ook deze zaak die kappers- en schoonheidsproducten verkoopt en al langer aanwezig was in Westland, volgt de expansiebeweging en biedt haar diensten voortaan in een grotere ruimte aan.
- **Linor:** het nieuwe concept heeft de juwelierszaak – al lang thuis in Westland – overtuigd om haar commerciële oppervlak en haar waaier aan internationale merken uit te breiden. De trouwe klanten zullen er opgetogen mee zijn.
- **Mister Minit:** is verhuisd naar een grotere ruimte om zijn dienstenaanbod te kunnen uitbreiden.

What's New?

De positieve ontwikkelingen brengen bovendien nog meer uitstekend nieuws voor de consumenten. De shopping verwelkomt binnenkort de volgende nieuwe merken:

- **Peek & Cloppenburg:** Westland is verheugd dat het Duitse kwaliteitsmerk dat jarenlang uit België verdwenen was, uitgerekend in Westland zijn grote comeback maakt. Het warenhuis biedt een brede waaier aan 'multimerk'-kleding, naast schoeisel en accessoires. De verkooppunt zal zich uitstrekken over 2 verdiepingen, met meer dan 4000 m² ruimte in de centrale zone van de mall, en wordt ongetwijfeld een drijvende kracht voor het shoppingcenter.
- **English Home:** het Turkse merk heeft onlangs een winkel geopend met meer dan 250 m² vol decoratieve voorwerpen en andere artikelen voor interieurinrichting.
- **Maxizoo:** dit Duitse merk opent de komende dagen een verkooppunt van meer dan 500 m² met producten voor onze huisdieren.
- **Calzedonia:** het zeer populaire Italiaanse merk voor panty's, kousen, sokken en leggings nam begin dit jaar zijn intrek in Westland.

- **Medimarket:** na de overname van het merk IU in ons center verhuist de drogisterij naar een nieuwe ruimte van meer dan 350 m², met plaats voor zijn productengamma én voor verzorgingscabines en dieetadvies.
- **Guess:** dit merk opent in de lente een nieuwe boetiek met naast heren- en dameskleding ook een hele reeks accessoires, van lederwaren over juwelen tot zonnebrillen.

Food & Beverage

In het kader van de beoogde diversificatie wordt het bestaande aanbod tot slot uitgebreid met de volgende merken die actief zijn op de domeinen van catering en entertainment:

- **Hawaiian Poke Bowl:** de keten Hawaiian Poke Bowl is vooral in Vlaanderen actief met een revolutie inzake gezonde voeding. Intussen heeft ze al enkele maanden ook een restaurant in onze shopping.
- **Asie A Tik:** dit restaurant opende begin december de deuren met een gevarieerde, Japans georiënteerde kaart in een zeer verzorgde omkadering. De ingang ligt aan de buitenkant van het centrum: het restaurant is ook 's avonds open én actief op de afhaalmarkt.

- **Loola:** het pizza- en salademerk opende in december zijn nieuwe verkooppunt bij de westelijke ingang van het handelscentrum. Loola biedt een mooi terras met een toegang van buiten het centrum zodat het ook 's avonds, buiten de openingsuren van de shopping, actief blijft.
- **Lloyd Café Eatery:** binnenkort opent een nieuw trendy en casual restaurant, speciaal voor de middag- of avondpauze maar ook voor superbrunches tijdens de weekends.
- **Australian Ice Cream:** moeten we dit merk nog voorstellen? In de tweede helft van het jaar komt er een nieuwe kiosk op de bovenverdieping van de Shopping, tot genoegen van jong en oud.

En als uitsmijter voor de nieuwe branding van de shopping: 'Play'!

Entertainment: de vrijetijdruimte kreeg een oppervlakte van meer dan 4.000 m² en zal uitpakken met een aanbod van een tiental verschillende ludieke activiteiten, niet alleen gericht op de kleinsten maar ook op een volwassen publiek. De opening is gepland voor einde 2022.



Over AG Real Estate

AG Real Estate – voor 100% filiaal van AG Insurance – is een geïntegreerde vastgoedmakelaar, actief in België, Frankrijk, Luxemburg en bepaalde geselecteerde Europese markten, met expertise in diverse businessdomeinen: Asset & Property Management, Development & Construction Management, PPP en Vastgoedfinanciering, alsook in Car Park Management via zijn dochter Interparking.

AG Real Estate speelt een hoofdrol in de stedelijke context en telt meer dan 250 medewerkers met uiteenlopende profielen en competenties.

Met een beheerportefeuille van meer dan 6,5 miljard euro – voor eigen rekening en voor rekening van derden – doet AG Real Estate al het mogelijke om op verantwoordelijke wijze tegemoet te komen aan de nieuwe stedelijke behoeften. AG Real Estate hanteert hiertoe een beleid van duurzame ontwikkeling met het oog op nog meer zingeving voor zijn projecten.

PERSCONTACTEN

Aurore Moens
Communication & PR Manager
+32 (0)2 609 66 03
aurore.moens@agrealestate.eu

Roxane Decraemer
Strategic Marketing,
External Communication & PR Manager
+32 (0)2 609 67 37
roxane.decraemer@agrealestate.eu

AG REAL ESTATE