

On a poussé la porte de quatre nouveaux pop-up stores



No Rainer, Emergence, Atelier Luxera et Fashion House : ces pop-up stores ont très récemment investi le cœur de la capitale. Cette nouvelle vague d'ouvertures, rendue possible grâce à la politique de loyers modérés adoptée par la Ville de Luxembourg, participe à diversifier l'offre commerciale dans la capitale. Rencontre avec quatre créateurs qui ambitionnent d'inscrire leur projet éphémère sur une voie plus durable.

1. No Rainer vise une place au soleil

Le concept. « *Il pleut beaucoup au Luxembourg.* » Installée au Grand-Duché depuis trois ans, la Lettonne Elena Gromova s'y connaît en pluviométrie : « *J'ai vécu cinq ans à Londres, alors...* » Alors à force de s'escrimer à passer entre les gouttes, une idée lumineuse a fait son chemin : concevoir une large gamme de manteaux imperméables pour toute la famille. L'originalité tient à la

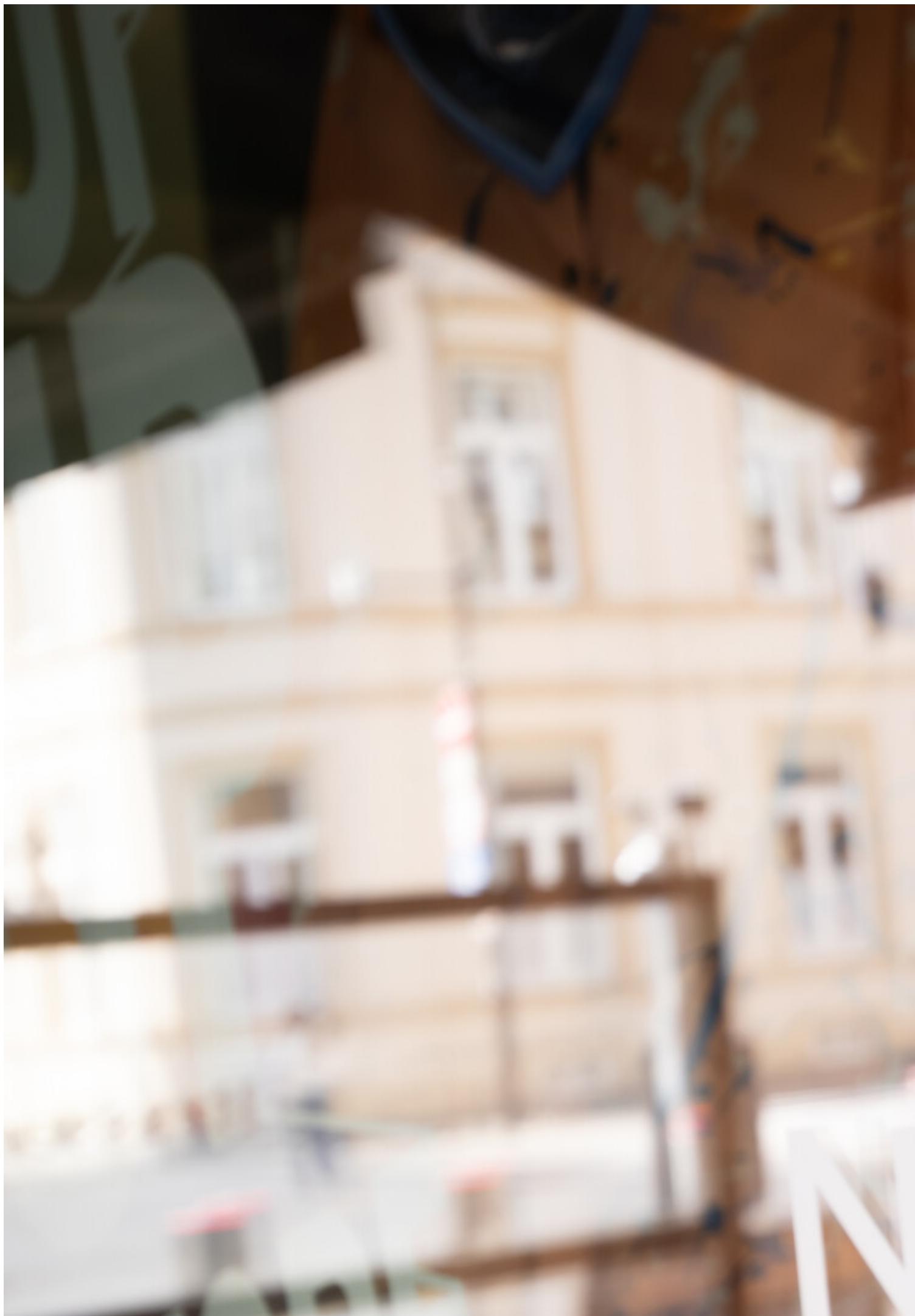
coupe élégante de ces vêtements, d'ordinaire plus recherchés pour leur côté fonctionnel que pour leur esthétisme. Si le design est l'œuvre d'Elena, ces imperméables portent tous une signature artistique : « *Je travaille en collaboration avec [Sumo, un artiste très populaire au Luxembourg](#) et le peintre Uno, originaire du Nigéria* ». Braver la pluie sous couvert d'une œuvre d'art, le concept est posé. Lequel se nourrit encore d'une note environnementale : délocalisée en Pologne et en Syrie, la production de ces vestes se réalise avec du polyester 100 % recyclé. A noter que d'autres créateurs habillent les lieux comme Duc et Duchesse ou encore Mine, marque créée par une styliste ukrainienne.

L'ambition. « *M'installer de manière durable dans le centre. Sans l'aide de la Ville, je n'aurais pas pu assumer le loyer d'un local dans un secteur si passant. Ce pop-up store, c'est parfait pour se faire un nom.* »

L'adresse. 40, rue Philippe II.

Fin programmée du bail. Courant mai 2025.















La boutique No Rainer vise une installation durable (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).

2. Emergence : taille patron !

Le concept. « *Une plateforme de rencontres entre des marques émergentes et leur public.* » Le discours est bien rodé, le plan marketing parfaitement ficelé. A seulement 24 ans, Thibault Salvi affiche déjà une solide expérience entrepreneuriale. En 2019, le jeune luxembourgeois lançait, avec son frère, sa propre marque de streetwear baptisée Gauto Bro. Cette précocité s'expliquait alors par une volonté affirmée de s'affranchir des codes de la mode. Ce désir l'anime toujours.

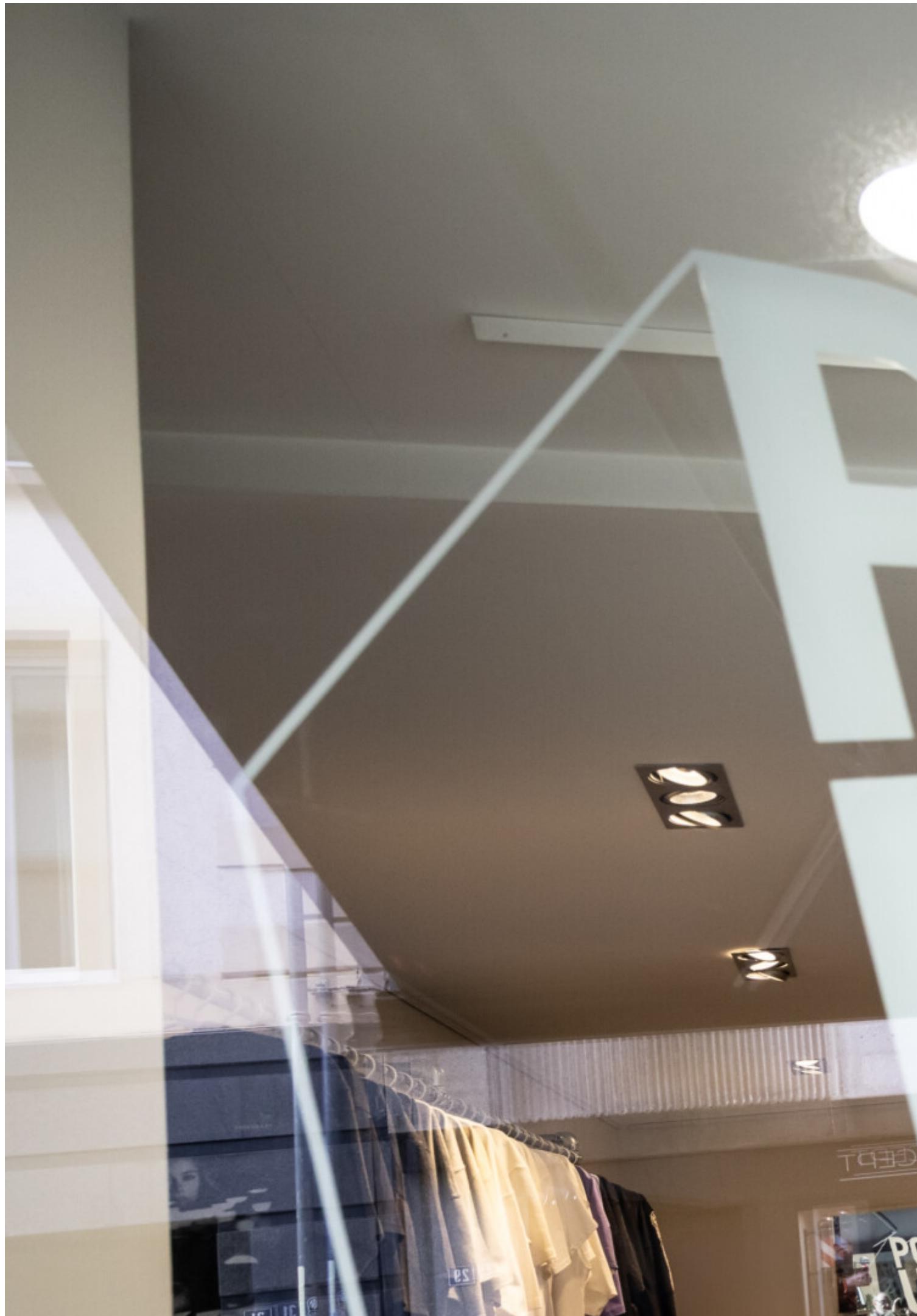
Dans sa boutique cohabitent de nombreuses marques de créateurs indépendants luxembourgeois, français, belges et suisses : « *Là, vous avez Ryse, derrière laquelle on trouve deux étudiants de Caen. A chaque nouvelle collection, ils font un petit documentaire vidéo,* dévoile-t-il avant de s'arrêter sur Fraude. *Lui, c'est un créateur strasbourgeois qui recouvre ses créations avec des motifs de tapisserie des années 60.* » Pour doper sa popularité, Thibault multiplie les évènements : défilés dans la rue, showcases DJ, shooting photos, etc. Après deux précédentes expériences à Paris et au Belval Plaza, ce commerçant à l'âme artistique tient son 3e pop-up store.

L'ambition. « *Gérer une boutique fixe et en parallèle organiser des évènements partout en Europe. Un petit rêve, encore : monter une Fashion Week pour créateurs indépendants.* »

L'adresse. 38, rue Philippe II.

Fin programmée du bail. Septembre 2025.











Pour se faire un nom, Thibeau Salvi mise sur des créateurs de mode indépendants (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz)

3. LAFF House : le temple de la confection

Le concept. Il faudrait plutôt parler de concepts au pluriel. Piloté par la [Luxembourg Art & Fashion Foundation \(LAFF\)](#), ce projet concentre en un seul lieu un atelier de production de vêtements, un showroom proposant à la vente des œuvres et collections de créateurs de mode et d'artistes ainsi qu'un espace dédié à des workshops. Dans ces murs imprégnés de talents créatifs, on trouve des designers en quête de renommée comme Tamar Keburia, Francini K., Svarga ou encore Moshkovska. Mais aussi des peintres, des couturières... Maryna Garashchenko, responsable des relations extérieures, résume la mission de la LAFF: « *Créer une communauté et une plateforme uniques au Luxembourg pour les personnes souhaitant s'immerger dans l'industrie créative et porter leur passion à un niveau international.* »

L'ambition. « *Poursuivre notre accompagnement de personnes qui cherchent à s'établir dans des industries créatives. Nous sommes actuellement en négociation avec les autorités de la ville pour une éventuelle prolongation afin de pouvoir mettre en œuvre toutes les activités prévues et trouver un nouvel emplacement.* »

L'adresse. 15, avenue de la Gare.

Fin programmée du bail. 13 juin 2025.









LAFF HOUSE



Christiane Pfeiffer-Gerber
Luxembourg
2008





Bewing Room



mid





**POP
UP
STORE**



Showroom, atelier, workshops... La Luxembourg Art & Fashion Foundation (LAFF) oeuvre sur plusieurs terrains (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).

4. Atelier Luxera : made in Portugal

Le concept. « *Désolé, elle est absente. Elle se trouve au Portugal.* » Ce bref déplacement de Jessica Canico, à la tête de la [boutique Atelier Luxera](#), ne s'inscrivait nullement dans le cadre d'un voyage d'agrément : « *C'était pour le business* ». Plus précisément pour finaliser les tests d'une nouvelle collection de vaisselle en céramique. Pourquoi délocaliser la production en Lusitanie ? « *Parce que ce pays est réputé pour l'émail réactif. Cette réaction chimique, obtenue à haute température, permet d'obtenir des couleurs très particulières.* » L'art de la table, plus qu'un business, une véritable passion qui s'enracine dans ses origines portugaises : « *Dans notre culture, le repas tient une place importante.* » Et le contenant compte tout autant que le contenu. Après une étude de marché, « *qui laissait entrevoir, au Luxembourg, une offre très réduite de vaisselle artisanale* », cette employée d'un fonds d'investissement (toujours en activité) a pris un risque calculé : « *Mais un risque quand même... Heureusement, depuis l'ouverture, le volume de ventes dépasse mon prévisionnel.* » Ce bon démarrage s'explique par la qualité de ses articles. Mais aussi par la diversification de l'offre qui déborde sur le terrain événementiel avec l'organisation d'ateliers émail, de réunions d'équipes, d'anniversaires, etc. Une certitude : Jessica sait et aime recevoir.

L'ambition. « *Avoir un cadre fixe sur le long terme. Dans mon domaine d'activité, la clientèle a besoin de toucher, de voir la vaisselle.* »

L'adresse. 43, Grand Rue.

Fin programmée du bail. Fin juin 2025.



L



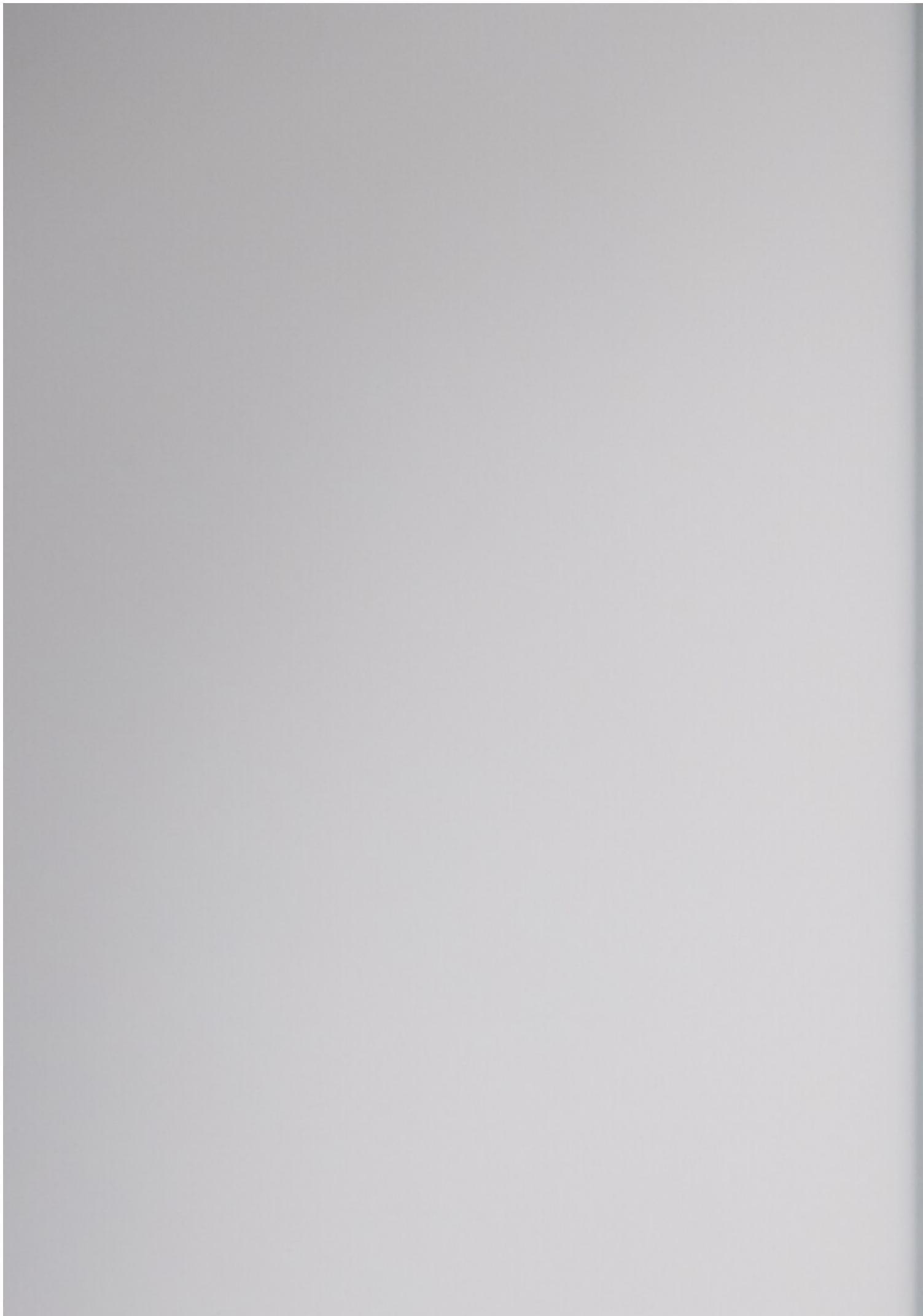
su

o





À PRO













Atelier Luxera joue la carte de la céramique pour séduire la clientèle (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).

(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz)

Les conditions pour ouvrir un pop-up store

La formule se révèle très attractive : avec un montant mensuel oscillant entre 650 euros et 2250 euros, les loyers des cellules commerciales proposées par la Ville de Luxembourg défient toute concurrence. Les candidats intéressés par un pop-up store devront s'assurer de remplir plusieurs conditions pour voir leur dossier aboutir. Le dispositif ne tolère pas les restaurants et brasseries, à l'exception du pop-up situé rue Fort Neipperg. Une autorisation d'établissement et de commerce est également requise. La durée de location s'établit entre un mois et six mois. Une prolongation jusqu'à trois mois est possible, sous réserve des disponibilités du local.

Pour candidater, [un formulaire en ligne](#) est à renseigner sur le site de la Ville de Luxembourg.