Nouvelle adresse, nouvelle allure : NAMUR s’installe rue Philippe II



NAMUR ouvre un nouveau chapitre et quitte la rue des Capucins. Depuis ce 19 novembre, elle accueille officiellement ses clients au 28, rue Philippe II. Nouvelle adresse, décor repensé et identité visuelle haute en couleur : portée par la sixième génération familiale, la maison fait évoluer son concept afin de mieux répondre aux attentes d’une clientèle active et mobile, sans rien perdre de son savoir-faire historique qui fait sa renommée depuis 1863.

Rue Philippe II : un nouveau chapitre au cœur de la capitale

Trente-sept ans se sont écoulés depuis l’ouverture de NAMUR dans la rue des Capucins. Les murs ont vu défiler des générations de clients, qui garderont en mémoire le décor boisé de la boutique, mêlé aux effluves de thé et de biscuits encore chauds.

Mais certains chapitres, aussi long soient-ils, doivent se terminer pour laisser place à de nouvelles aventures ! Le 31 octobre, NAMUR a donc fermé ses portes dans la rue des Capucins, pour mieux retrouver ses clients au 28, rue Philippe II, à l’occasion de son ouverture officielle ce 19 novembre.

Une nouvelle adresse, mais toujours la même envie de faire plaisir ! Que ce soit pour une pause gourmande, un déjeuner sur le pouce ou une petite douceur à emporter, NAMUR sait titiller les papilles des amateurs de sucré et de salé. Pâtisseries, chocolats et confiseries côtoient ainsi pâtés au riesling, pains surprises et baguettes garnies. Et derrière ces spécialités et la qualité de l'accueil, il y a surtout des équipes passionnées qui font vivre chaque jour la maison et contribuent à faire de NAMUR une adresse incontournable.

« Ce nouveau point de vente à Luxembourg-Ville marque le début d'une nouvelle aventure NAMUR. Nous souhaitons en faire un lieu de vie accueillant, où chacun peut s'offrir une pause gourmande, s'installer quelques instants ou simplement repartir avec son plaisir coupable. Son emplacement au cœur de la capitale répond aussi à notre volonté de rester proche de notre clientèle », explique Anne Nickels, administratrice déléguée de NAMUR.

Derrière sa nouvelle vitrine, NAMUR accueille ses clients dans un espace convivial réparti sur deux niveaux. Au rez-de-chaussée, les gourmands retrouvent le comptoir et quelques tables, tandis qu'un escalier mène à un salon plus intimiste à l'étage. Au total, la boutique est capable d'accueillir quarante-six personnes assises.

Et cerise sur le gâteau, la mezzanine, qui dispose d'un salon d'une capacité de douze places, peut également être privatisée pour des occasions particulières, tels que des anniversaires, des baby-showers ou toute autre célébration.

Nouvelle adresse, nouvelle identité en accord avec l'histoire de NAMUR

En 2026, NAMUR fait évoluer son image avec une nouvelle palette de couleurs, une typographie redessinée et de nouveaux logos, que les habitués ont peut-être déjà aperçus rue des Capucins.

Cette nouvelle identité joue sur les contrastes, à l'image de la maison. Les tonalités profondes de bleu et de brun font écho aux célèbres Knippercher, tandis que des nuances de rose plus douces rappellent l'univers de la Cassata. La typographie, elle aussi repensée, associe caractère et rondeur pour traduire ce qui fait l'identité de NAMUR depuis six générations : un savoir-faire artisanal, une histoire riche et une bonne dose de gourmandise.

Les plus observateurs auront certainement remarqué un palmier dans un des nouveaux logos. Un choix qui peut surprendre sous nos latitudes, mais qui n'a rien d'un hasard. Il renvoie aux origines de l'histoire familiale, lorsque Nicolas Namur, jeune pâtissier formé à Metz et à Paris, quitte le Luxembourg en 1851 pour tenter sa chance aux États?Unis. Trois ans plus tard, il ouvre, avec succès, une première pâtisserie à Sacramento, en Californie. De retour au Luxembourg, il y fonde

la boutique NAMUR en 1863. Bien plus qu’un clin d’œil à cette aventure américaine, le palmier symbolise la capacité de la maison
à traverser les générations, à évoluer et à rester fidèle à ses racines.

« Nous voulions une identité qui nous ressemble aujourd’hui, sans renier ce qui nous a construits. Notre histoire est riche de plus de 160 ans de savoir-faire et de transmission, mais elle ne nous empêche pas de regarder vers l’avenir et de faire évoluer notre maison », appuie Anne Nickels.

La nouvelle identité prend progressivement ses marques

Pas question de tout changer du jour au lendemain. Fidèle à ses engagements en matière de responsabilité sociétale, NAMUR choisit de déployer sa nouvelle identité visuelle progressivement.

La signalétique dans toutes les autres boutiques, les emballages, le site internet et les réseaux sociaux adopteront ainsi les nouveaux codes au fil du renouvellement naturel des supports existants. Une manière de faire évoluer la marque sans gaspiller ce qui peut encore servir.

Une nouvelle adresse, une nouvelle identité, mais une même passion pour les bonnes choses. NAMUR entame ce nouveau chapitre sans oublier ce qui fait son histoire depuis 1863.