



**RAPPORT  
D'ACTIVITÉS**

2020  
2020



**UCVL**

Union Commerciale  
Ville de Luxembourg

# MOT DU PRÉSIDENT

Guill Kaempff

Cette année 2020 aura été particulièrement difficile pour toutes nos entreprises confrontées à une crise inédite les impactant de plein fouet.

Pour l'équipe de l'UCVL cela aura été un grand challenge de s'adapter au jour le jour afin de réorganiser les projets, le Marketing en fonction des restrictions sanitaires et de développer un consulting de crise pour être à l'écoute de nos membres afin de les soutenir et de les informer rapidement de manière fiable.

Je suis fier que l'équipe soudée de l'UCVL et des membres du CA, engagés et solidaires aient pu se réinventer en fonctionnant différemment, souvent dans l'urgence, tout en gardant une proximité avec nos membres pour mieux prendre en charge leurs demandes, les accompagner et défendre leurs intérêts. Je les félicite donc vivement pour tout le travail accompli avec moins de ressources et beaucoup plus de contraintes.

L'UCVL a pleinement joué son rôle d'acteur de terrain et a fait remonter les problématiques des commerçants auprès des pouvoirs publics et de notre partenaire la Confédération Luxembourgeoise du Commerce (clc) afin de faire évoluer les dispositifs mis en place par le gouvernement pendant la crise (aides financières, règles pour les commerces, etc.)

L'UCVL a rejoint la clc en tant que membre associé pour être plus fort, mutualiser nos moyens, bénéficier d'une expertise pointue et faire profiter nos membres d'informations encore plus riches.

Nous avons également intensifié notre collaboration avec notre partenaire la « House of Entrepreneurship » qui a permis à nos membres de prendre part à de nombreuses formations gratuites, webinaires et coachings organisés tout au long de l'année.

Malgré cette année compliquée, nous tenons à féliciter les commerçants pour leur courage, leur capacité à se réorganiser, leurs initiatives locales et originales, d'entraide ou encore de solidarité qu'ils ont développé pendant cette pandémie.

Restaurateurs se transformant en épiciers, multiplication des plateformes locales de vente en ligne de bons d'achats, livraisons en vélo à travers le pays, ce sont des exemples réels parmi tant d'autres que nous avons pu voir et promouvoir.

L'année 2020 a également été marquée par l'accélération de la digitalisation de nos membres avec la création de nombreux e-shops. Elles permettent non seulement aux commerçants d'avoir une visibilité online, mais aussi de toucher un autre type de clientèle. Nombreux sont également les commerces ayant rejoint la plateforme Letzshop au début de la pandémie et qui ont pu en mesurer les bénéfices.

# SOMMAIRE

Cette crise a également fait naître de nouveaux business modèles. Ainsi, nous avons par exemple pu observer la multiplication des pop-up stores, qui représentent une belle opportunité pour les nouveaux arrivants en centre-ville afin de se faire connaître mais également pour les commerces déjà implantés d'augmenter leur visibilité et d'y proposer une sélection de produits inédite.

Dans ce contexte, l'UCVL a pu compter sur le support de la Ville de Luxembourg qui a également soutenu financièrement la refonte totale de notre site internet cityshopping.lu pour mieux promouvoir les commerces de la capitale.

Nous remercions également la Ville pour les aides mises en place pour soutenir les commerçants pendant la crise (bons d'achats, aides financières directe de 4 000 €, suppression de loyers et de taxes de terrasse, etc.)

Les périodes de fermetures des commerces et des restaurants, les restrictions de mouvements des habitants, l'absence de touristes et la mise en place du télétravail ont réduit les flux au strict minimum et ont fait plonger les chiffres d'affaires.

Nous avons assisté à une mutation du commerce. Les enseignes internationales ont rationalisé leurs points de vente et amélioré leurs outils de vente online, les quartiers d'affaires se sont vidés pendant que le commerce de proximité se redéveloppait dans les quartiers résidentiels.

Avec de tels bouleversements, les défis sont de taille pour que chaque quartier retrouve un équilibre commercial et le centre-ville sa dynamique.

L'arrivée du tram à la gare centrale en décembre 2020 nous fait entrevoir le bout du tunnel de ce chantier important qui a fortement impacté le quartier Gare.

Le chemin sera néanmoins long pour retrouver l'attractivité de ce quartier qui rencontre de nombreux défis notamment de logistique, de stationnement, de sécurité et d'attractivité commerciale.

Je fais confiance à nos membres pour relever ce défi et à notre équipe pour les accompagner.

Conseil d'administration	p. 4
L'UCVL en bref	p. 5
Moments clés et campagnes originales	p. 6
Intensification de la communication envers nos membres	p. 8
Le Marketing en période de pandémie	p. 9
Événements commerciaux	p. 12
Cityshopping Info Point	p. 13
Consulting	p. 14
Lobbying spécifique sur le thème de la sécurité	p. 16
Partenaires	p. 17
Sponsors	p. 18

# CONSEIL D'ADMINISTRATION

## Bureau exécutif

### Président

Guill KAEMPPF  
(Kaempff Kohler, Traiteur,  
Fromagerie & Restaurant)

### Vice-président

Mireille RAHME-BLEY  
(Downtown, Café des Capucins,  
L'Avenue)

### Secrétaires

Myriam ABID  
(Mim'z Shoes & Accessories)

Dan GANTREL  
(Olliewood, Stitch, Trouble  
Maker)

### Trésorier

Donato PASCALICCHIO  
(BGL BNP Paribas)

### Directrice

Anne DARIN-JAULIN

### Administrateurs

Danièle AREND-WEBER (Institut  
de beauté Annette Weber-Krier)

Fabiana BARTOLOZZI  
(Casa Fabiana)

Malvina GELEZUINAS  
(Mano, Witry-Rausch)

Philippe HUGER  
(Monoprix, Monop', Naturalia)

Alicia KERBER (Longchamp)

Stéphan RABRET (Saturn)

Michel RODENBOURG  
(L'épicerie)

Eric SANTERAMO  
(Tally Weijl, Mango, Comma /  
S.Oliver, Ladurée)

Marc SCHWAMBERGER  
(Park Inn by Radisson)

## Structure opérationnelle - équipe UCVL

Anne DARIN-JAULIN, Directrice

Manuel DE OLIVEIRA,  
Agent d'accueil Cityshopping  
Info Point

Amélie HIERONIMUS, Chargée  
de communication

Marie-Albane JACQUES,  
Responsable de projets

Valérie WELFERINGER,  
Gestionnaire administrative  
et comptable

# L'UCVL EN BREF

## Membres de l'association

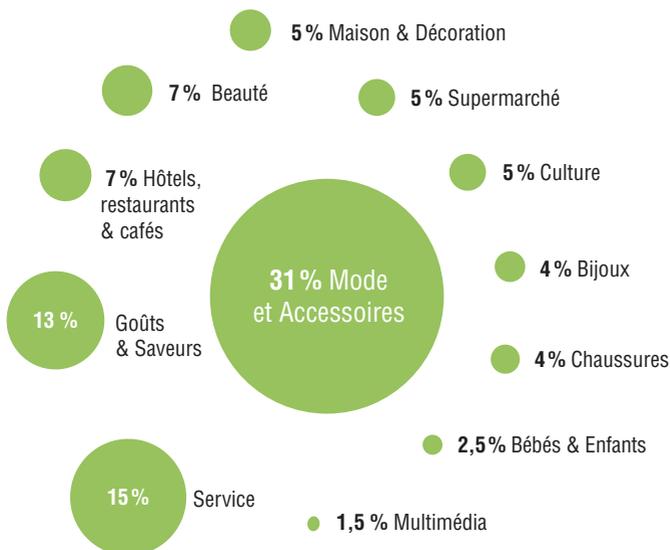
**448** ↙  
Membres

**20** ↙  
Nouveaux membres

**34** ↗  
Fermetures

**9** =  
Résiliations

## Catégorie de commerces



## Répartition par quartier



# MOMENTS CLÉS ET CAMPAGNES ORIGINALES



**Janvier**

Remise de prix du « Molconcours Luxtram »  
au Tramschapp



**Février**

Mise en place d'heures de  
stationnement gratuites aux  
parkings Fort Neipperg et Wedell



**Mars**

- Projet de décoration de vitrines de commerces « Flowery Windows »  
avec l'artiste luxembourgeoise Lisa Junius
- Covid-19 – Lockdown : fermeture des commerces,  
cafés et restaurants le 16 mars



**Avril**

Concours « Welcome back »  
pour faire revenir les clients en  
centre-ville à la réouverture



**Mai**

Covid 19 - Réouverture des  
commerces le 11 mai et des  
restaurants et cafés le 29 mai



- Renouvellement de la convention Luxtram – UCVL
- Campagne de soutien financier pour les commerces de la Ville de Luxembourg par des bons d'achat d'une valeur de 1 000 euros par commerce : promotion de l'UCVL de ces bons
- Subside forfaitaire unique de 4 000 euros pour les commerces de la Ville de Luxembourg : promotion de cette mesure importante de la ville auprès des commerçants
- Assemblée générale UCVL le 29 juin
- Sortie de la shopping map été 2020 en partenariat avec Femmes Magazine



Participation à la campagne de soutien du commerce local : « Smile again » mise en place par le Ministère de l'Economie



Grande Braderie de Luxembourg-ville : organisation de l'événement avec concept spécifique lié à la situation sanitaire



Campagne de promotion de l'achat local « J'achète en centre-ville » avec Luxtram



- Covid-19 : fermeture des cafés et restaurants le 26 novembre
- L'UCVL devient membre associé de la clc (confédération luxembourgeoise du commerce)
- Sortie de la shopping map hiver 2020-2021 en partenariat avec Femmes Magazine



- Arrivée du Tram à la Gare centrale le 13 décembre
- Lancement du nouveau site cityshopping.lu en partenariat avec la Ville de Luxembourg
- Concours « 1 an de shopping » sur le nouveau site web cityshopping.lu
- Concours « Calendrier de l'Avent » sur la page Instagram @cityshoppingluxembourg
- Projet original de décoration des vitrines de locaux vides dans le quartier Gare avec la Ville de Luxembourg
- Covid-19 : fermeture des commerces le 26 décembre (réouverture le 11 janvier 2021)

# INTENSIFICATION DE LA COMMUNICATION ENVERS NOS MEMBRES

## Évolution du mode de communication

La crise sanitaire a fait évoluer notre mode de communication envers nos membres. Les newsletters qui nous ont permis de tenir nos membres informés des mesures sanitaires, d'aides et de partager d'autres informations importantes, ont connu une forte progression sur l'année. L'impossibilité d'organiser des réunions physiques nous a également amené à traiter beaucoup plus de demandes par téléphone et à mettre en place des réunions par vidéoconférence.

## Outils de communication Covid-19

Pendant la crise sanitaire, et pour aider les commerçants à bien informer leurs clients des mesures sanitaires à respecter (jauges dans les commerces, port du masque, utilisation de gel hydroalcoolique, distanciation sociale, etc.), nous avons conçu des affiches pratiques pour leurs points de vente.

# LE MARKETING EN PÉRIODE DE PANDÉMIE

## Un Marketing différent

Pendant la première phase de la pandémie, avec la difficulté voire même l'impossibilité d'organiser des événements commerciaux, comme cela a été le cas pour le Stroossemaart par exemple, nous avons concentré nos efforts et moyens sur les campagnes de communication digitales.

En fin d'année, nous avons pu réorganiser des campagnes de plus grande envergure. Ainsi, nous avons notamment eu l'opportunité d'être présent durant 3 semaines sur les abribus JC Decaux en décembre afin de promouvoir notre nouveau site web ainsi que l'achat local.

## Promotion et mise en avant du commerce local

Cette année, le Marketing a été marqué de plein fouet par la crise sanitaire, et plus particulièrement les événements et actions de Street Marketing, que nous avons l'habitude d'organiser. Cette situation particulière nous a fait redoubler d'imagination pour réaliser des campagnes qui marquent l'attention et qui promeuvent le commerce dans la capitale en période de crise.

Dès le début du confinement en mars, nous avons lancé des campagnes de promotion du commerce local afin de soutenir les initiatives locales telles que les services de livraison, de take-away ou encore les e-shops qui ont fleuri au cours des derniers mois.

Tout au long de l'année nous avons ainsi mis en avant le commerce de proximité grâce à des vidéos tournées chez les commerçants, des visuels avec des messages forts, des campagnes digitales, des jeux concours, etc. Grâce au soutien financier de Luxtram, nous avons pu communiquer plus largement encore sur cette thématique.

# Nouveau visage pour cityshopping

Cityshopping, la partie « client-oriented » de l'Union Commerciale, a adopté une nouvelle identité en fin d'année. Plus fraîche, plus moderne, et s'inspirant des dernières tendances, la nouvelle charte fait la part belle aux couleurs flashy et chaleureuses. Site internet, réseaux sociaux, newsletters et visuels suivent désormais ce nouveau style.

Cityshopping a travaillé en étroite collaboration avec l'agence Explose pour cette nouvelle identité et a confié la réalisation de ses photos à la photographe Marion Dessard.

# Lancement du nouveau site cityshopping.lu

La fin d'année a été marquée par le lancement de la nouvelle plateforme cityshopping.lu totalement revue, en partenariat et avec le soutien financier de la Ville de Luxembourg. Plus moderne et fonctionnelle, elle permet aux utilisateurs de retrouver en toute facilité les informations pratiques pour leur shopping dans la capitale. Grâce à l'insertion de maps et d'informations sur les transports, les clients retrouvent sur les pages des commerces les informations essentielles en quelques clics seulement.

Pour marquer le lancement, Cityshopping a organisé en fin d'année un concours permettant à une heureuse gagnante de remporter un an de shopping en Ville de Luxembourg, soit l'équivalent de 12 x 200 € de bons d'achat pour une valeur totale de 2 400 €.

# Progression continue des réseaux sociaux

La page Instagram, lancée en mai 2018, a connu au cours de l'année 2020 une croissance exponentielle. L'année 2020 se terminait en effet avec **7 800 abonnés**, soit une croissance de plus de 48% en une année.

Ces bons résultats s'expliquent par les différents partenariats et projets originaux qui ont permis d'alimenter la page de façon qualitative. Les nombreux jeux concours ainsi que les publications sponsorisées ont été un autre facteur de croissance.

L'alimentation régulière de la page ainsi que les « stories » quotidiennes permettent de fidéliser la communauté. Cette façon de communiquer est essentielle afin d'augmenter la visibilité des commerçants.

La page Facebook continue quant à elle aussi de progresser, avec ses quelques **12.622 abonnés**.

En période de pandémie, les médias sociaux ont été les outils les plus flexibles et pertinents pour notre Marketing.

## Jeux concours toujours plus nombreux

Les différents jeux concours organisés tout au long de l'année ont permis de fédérer les clients du centre-ville et de promouvoir le commerce local. Que ce soit le concours « Welcome back » organisé en plein confinement, le traditionnel concours du « Calendrier de l'Avent », ou encore le concours « 1 an de shopping », ils ont tous connu un très grand succès.

Nous multiplions aussi les partenariats avec les commerçants et acteurs locaux tel que le Maarteverband afin de mettre en place des jeux concours destinés à les promouvoir encore davantage. Au total, ce sont près de 7 000 € de cadeaux qui ont été mis en jeu, par les commerçants de la ville ainsi que par Cityshopping.

# EVÉNEMENTS COMMERCIAUX

La crise sanitaire a vu tous les événements en extérieur être annulés en 2020. Ceci nous a contraint à annuler le Stroossemaat, événement important pour liquider les stocks d'hiver et promouvoir les nouvelles collections.

## Braderie 2020 : un challenge réussi

L'organisation de la Braderie 2020 s'est faite dans un contexte inédit et compliqué : la pandémie Covid-19. La Braderie s'est donc pour la première fois déroulée sur trois jours afin de mieux répartir le nombre de visiteurs mais également de permettre aux commerçants d'écouler leurs stocks.

- Une journée de Braderie traditionnelle : 217 participants
- Deux jours avec la possibilité de mettre des portants/produits disposés le long des vitrines : 112 participants

Le respect des mesures sanitaires, le port du masque obligatoire, la stricte participation des commerces de la ville de Luxembourg ainsi que l'interdiction de stands alimentaires dans les rues commerçantes : ce sont autant de mesures qui nous ont permis d'organiser la Braderie en toute sécurité. Cet événement commercial phare était très important pour nos membres. Exceptionnellement cette année économiquement très difficile, l'UCVL n'a pas facturé de taxe de stand pour soutenir les commerçants.

Sur l'ensemble du week-end de Braderie, les résultats sont assez bons compte tenu d'un contexte extrêmement difficile et concurrentiel ainsi que d'une météo fraîche.

# CITYSHOPPING INFOPOINT

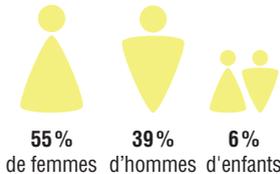
Covid 19 : le Cityshopping Infopoint a été fermé du samedi 14/03/2020 au samedi 09/05/2020.  
Ensuite du dimanche 27/12/2020 au dimanche 10/01/2021.

## 4 602

Visiteurs (vs 10 908 en 2019)

La baisse du nombre des visiteurs s'explique par les restrictions de mouvement des habitants, visiteurs et touristes.

### Répartition des visiteurs :



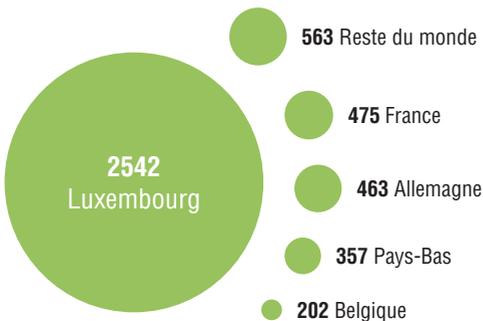
## 2 024

Shopping maps distribuées

## 2 517

Produits exposés pour 98 boutiques

### Origine des visiteurs :



### Secteurs d'activités les plus demandés :

**MODE & ACCESSOIRES**  
**CULTURE, LOISIRS & TOURISME**  
**MAISON & DÉCORATION**  
**PRODUITS LUXEMBOURGEOIS**  
**HORESCA**

### Marques exposées les plus demandées :

**MOSQUITO**  
**AWA KERMEL**  
**MERCI NATURE**  
**KRITZEL FABRIK**  
**DOMINO**

**Autres demandes fréquentes ayant généré un trafic supplémentaire :**

les bons d'achat de la VdL et l'info bus suite aux changements de circulation des bus.

# CONSULTING

Cette année a été particulièrement intense. L'UCVL a fait face à des demandes nouvelles liées à la crise sanitaire. Nous avons fait beaucoup plus de veille législative, de Marketing pour pouvoir concevoir des avis et de nombreuses newsletters sur des thèmes inédits.

Grâce à son expertise pointue dans de multiples domaines, l'UCVL conseille et guide ses membres sur de nombreuses thématiques et questions.

## **Pour cela elle s'appuie sur un réseau de partenaires/experts.**

**Marketing** : le Marketing représente un volet important dans la partie Consulting. Afin de rendre leurs campagnes Marketing efficaces, l'UCVL guide les commerçants dans leur stratégie digitale, et notamment sur les réseaux sociaux. La pandémie a été pour beaucoup de nos membres, un accélérateur dans de la mise en place ou le renforcement de leur digitalisation. Nous relayons très activement toutes les formations et outils pertinents pour nos membres dans ce cadre.

L'UCVL aide également ses membres à l'organisation de leurs événements tel que des inaugurations. Cette année, nous avons aidé les membres à connaître les restrictions en vigueur pour l'organisation de petits événements en boutique quand cela a été possible.

**Législation et autorisations** : que ce soit en matière de bail commercial, de droit du travail, des ventes en soldes, de liquidations, d'affichage des prix, etc., l'UCVL informe continuellement ses membres sur la législation en vigueur dans le secteur du commerce. L'UCVL accompagne aussi ses membres dans leur demande d'autorisations communales (terrasses, enseignes, déchets, etc.).

Cette année, la thématique des loyers commerciaux a été de nouveau d'actualité dans le cadre de la pandémie. L'UCVL a informé et accompagné ses membres sur la loi en vigueur depuis 2018 sur le bail commercial. Elle leur a fourni des arguments et outils pour qu'ils puissent entamer un dialogue avec leur propriétaire afin de leur demander un aménagement de loyer compte tenu de la situation exceptionnelle.

**Chantiers** : dans le cadre des nombreux chantiers en ville (Vieille ville, parking Knuedler, Tram, chantiers privés), nous avons fait un gros travail de terrain et de collecte des doléances auprès des commerçants. Nous sommes épaulés par les médiateurs de chantier et les services de la ville et partenaires.



**Événementiel en Ville de Luxembourg :** l'UCVL informe ses membres sur les événements traditionnels commerciaux et autres en Ville de Luxembourg. Cette année, il a été important d'informer sur les annulations successives d'événements et/ou leur transformation en événements online.

**Formations :** l'UCVL relaye les formations de ses partenaires spécialisés et organise des formations spécifiques en fonction des besoins de ses membres. L'année 2020 restera l'année de la digitalisation. Nous avons relayé des dizaines de formations en webinaires de nos partenaires sur le sujet. Nous avons répondu également à des demandes ciblées de nos membres notamment en matière de gestion de leurs réseaux sociaux et de vente online.

**Réunions commerçantes :** la pandémie nous a empêché de poursuivre nos réunions physiques de commerçants. Nous avons ainsi échangé beaucoup individuellement et à l'occasion de formations en webinaire. Ceci a été fortement contraignant puisqu'il a été très difficile dans ce cadre d'avoir des échanges spontanés facilitant la collecte des idées et des besoins de nos membres.

**Retail Development :** l'UCVL accueille en ses locaux d'actuels ou futurs commerçants désireux de s'implanter en ville de Luxembourg ou de se lancer dans de nouveaux projets. Grâce à une connaissance approfondie de la ville, que ce soit au niveau de la vacance commerciale, des prix des loyers ou encore des nouveaux projets commerciaux dans la capitale, l'UCVL guide les commerçants dans leurs décisions stratégiques en vue d'une implantation.

L'année 2020 a été marquée par une observation attentive de la vacance commerciale. Nous avons analysé les stratégies des bailleurs et des locataires.

Les baisses de flux dues à la pandémie et au télétravail ont entraîné certains bailleurs à revoir le montant de leur loyer.

Nos échanges réguliers avec les spécialistes du retail commercial, les propriétaires et les commerçants nous permettent de mieux informer nos membres désirant ouvrir de nouveaux espaces commerciaux ou déménager. Suite à une année 2019 où nous avons observé une forte augmentation des espaces commerciaux dans la capitale, l'année 2020 a totalement inversé la tendance.

Les commerçants ont joué la prudence en rationalisant leurs points de vente et en se concentrant sur le développement de leur site de vente online. Le nombre d'ouvertures de commerces en 2020 a donc été très inférieur à 2019 pour un nombre de fermetures stable.

# LOBBYING SPÉCIFIQUE SUR LE THÈME DE LA SÉCURITÉ

- Organisation d'un groupe de travail
- Grand travail de terrain sur la sécurité notamment dans le quartier de la Gare.
- Rencontres des pouvoirs publics (ville et police) afin de remonter les doléances de nos membres
- Demande de renforcement de la présence policière à pied dans le quartier Gare
- Demande de mise en place d'agents de sécurité privés pour le quartier Gare
- Ce travail se poursuit activement en 2021

# PARTENAIRES

## **Ville de Luxembourg**

- Convention cadre entre la Ville de Luxembourg et l'UCVL pour le soutien d'un programme d'action de promotion et de dynamisation du commerce de la capitale.
- Échanges réguliers avec la Bourgmestre et l'Echevin au commerce
- Collaboration étroite avec le service du Développement économique :
  - Projet de décoration des vitrines vides du quartier Gare
  - Mise en place d'un local pour pop-up Quartier Gare
- Contacts réguliers avec un ensemble important d'autres services de la ville pour répondre aux problématiques de terrain et suivre les demandes de nos membres (circulation, voirie, etc.)
- Participation au comité événementiel
- Organisation des événements commerciaux avec le soutien des services de la ville

## **Luxtram**

Poursuite de la collaboration avec Luxtram avec une nouvelle convention de collaboration (2020-21) dont l'objectif est la mise en place de campagnes de communication et d'animation pour le quartier Gare. Le budget accordé par Luxtram dans cette nouvelle convention est de 279.655 € HTVA. Les campagnes mises en place en 2020 ont représenté un coût de 171.713,84 € HTVA.

## **Confédération Luxembourgeoise du Commerce**

En date du 9 novembre, l'Union Commerciale de la Ville de Luxembourg (UCVL) a rejoint la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc) en tant que membre associé. L'UCVL bénéficie des services de la clc et participe activement aux groupes de travail internes liés au commerce. Par ces échanges nous faisons remonter nos demandes vis-à-vis des pouvoirs publics sur les grands thèmes du commerce (Aides COVID-19, travail dominical, dates des soldes, etc.) Prise de position conjointe : appel à la solidarité et à la responsabilité des bailleurs pendant la durée de la crise sanitaire du COVID-19. Ensemble, nous travaillons main dans la main pour le maintien et le développement du commerce luxembourgeois.

**Luxembourg City Tourist Office**  
**Luxembourg For Tourism**

- Promotion du tourisme & shopping pour positionner Luxembourg comme destination européenne incontournable

**Ministère de l'Economie**

- Avis sur les futures législations via notre partenaire national la clc
- Échanges sur le commerce urbain

**Chambre de Commerce Luxembourg**  
**House of Entrepreneurship**

- Relais de l'offre de formation notamment au niveau de la digitalisation mais également du conseil en matière de création et reprise de commerces
  - Promotion du programme Fit For Digital,
  - Promotion du programme ReAct avec des sessions de coaching
  - Mise en place d'un webinaire : « comment mettre en place des projets de mutualisation et de synergies entre commerçants ? »
- 
- **Représentations & Affiliations**
  - Fédération Nationale des Vitrines de France
  - Association de Management des Centres-Villes

# SPONSORS

**BGL BNP Paribas**  
**Global Blue**



**Union Commerciale  
de la Ville de Luxembourg**

1, rue Philippe II  
L-2340 Luxembourg

T. 22.62.60  
info@cityshopping.lu  
**cityshopping.lu**