



*Rapport  
d'activités*

2021

**UCVL**

Union Commerciale  
Ville de Luxembourg

# Sommaire

<i>Mot de la Présidente</i>	p. 3
<i>Conseil d'administration</i>	p. 6
<i>Structure opérationnelle</i>	p. 7
<i>UCVL en bref</i>	p. 8
<i>Communication et Marketing</i>	p. 10
<i>Evénements commerciaux</i>	p. 12
<i>Cityshopping Info Point</i>	p. 13
<i>Consulting</i>	p. 14
<i>Lobbying spécifique sur le thème de la sécurité</i>	p. 16
<i>Partenaires</i>	p. 16
<i>Représentations &amp; Affiliations</i>	p. 18

## Rapport d'activités

# 2021



# Mot de la Présidente

L'année 2021 aura encore été une année très challengeante. La pandémie de Covid-19 avec ses différentes vagues, le recours très fort au télétravail, les manifestations en fin d'année et une météo capricieuse nous ont poussé à nous dépasser, à nous réinventer.

**Je tenais à féliciter nos membres pour leur résilience et les remercier pour leur fidélité à l'UCVL.**

Nous avons pu grâce à vous continuer à proposer notre plan d'action traditionnel et organiser nos deux événements commerciaux malgré une incertitude constante sur leur organisation et le report du Stroossemaart en juin.

Avec la reprise temporaire des événements à la rentrée scolaire, nombreux sont les commerces ayant réorganisé des événements au sein de leur boutique pour remercier leurs clients de leur fidélité tout au long des mois de Covid. Les clients et commerçants ont ressenti une grande joie de pouvoir revenir à une situation presque normale pendant cette période. Les bars, restaurants et salles de concerts ont réaccueilli leurs clients avec une quasi-normalité.



**Mireille RAHME-BLEY**

En fin d'année, les commerçants ont dû faire face à une nouvelle contrainte : les manifestations qui ont dissuadé des familles et clients de se rendre en centre-ville. Grâce à un périmètre de manifestation bien défini et un encadrement policier ferme réclamé par l'UCVL, les débordements ont pu être maîtrisés.

Tous les secteurs n'ont pas été impactés de la même manière par cette pandémie. L'aménagement intérieur, le secteur beauté & santé, les voyages sont les domaines plébiscités par les clients qui mettent un point d'honneur à leur bien-être. Le secteur de la mode connaît quant à lui une période plus

compliquée, période déjà amorcée avant le Covid. Les clients s'orientant davantage vers le homewear / streetwear pour travailler de façon confortable à la maison. L'ouverture de quelques boutiques exclusivement liées aux sneakers montre l'engouement des consommateurs envers ce style vestimentaire.

Autre secteur très fortement touché, le secteur de l'HORECA. Lockdown partiel, tests antigéniques, pass sanitaire, problème de ressources humaines, etc., Les clients des restaurants et cafés sont néanmoins restés fidèles et ont continué à les supporter comme nous l'avons vu en avril où certains n'ont pas rechigné à affronter le froid lors de la réouverture des terrasses.

**Nous tenons à remercier le gouvernement pour le soutien continu à ce secteur pour survivre à cette crise.**

Le maintien des extensions de terrasses par la VdL, aura permis d'aider les restaurateurs à compenser une partie de leurs pertes mais aussi à créer une convivialité et un lien social toujours manquant. L'absence des touristes internationaux et le recours au télétravail continuent à peser lourd.

**L'année 2021 n'aura pas été que cette succession d'obstacles et difficultés.**

Nous avons vu ouvrir de nouveaux commerces en centre-ville, commerces définitifs ou pop-up's, donnant un nouveau souffle au paysage commercial de la Ville. Quartier Gare, la Place de Paris inaugurée fin juin aura redonné toutes ses lettres de noblesse à l'Avenue de la Liberté. Malgré tout, le combat pour l'avenir du quartier Gare n'est pas fini. Soyez assurés chers membres de notre soutien et de nos demandes et propositions pour la sécurisation et la redynamisation de l'avenue de la Gare et des rues adjacentes.

Nous avons œuvré activement à sensibiliser les pouvoirs publics sur la problématique de l'insécurité grandissante en centre-ville avec des causes multiples et complexes nécessitant à nos yeux de légiférer plus rapidement pour ne pas perdre la qualité de vie et de plaisir dans les centres-villes. Le problème d'insécurité reste un de nos combats majeurs pour les années à venir.

Le travail de l'UCVL a lui aussi été impacté par ces changements que vous avez subis. L'organisation des événements commerciaux, a été rendue plus complexe de part le covid mais également de part vos problématiques (R.H, stocks, trésorerie). Notons aussi

l'impact sur les ouvertures dominicales lié à votre maîtrise des coûts et aux problématiques d'absence du personnel.

Ces 2 années de pandémie auront mis en exergue **la nécessité de ne pas avoir de quartier mono fonctionnel (quartier d'affaires), et de penser la ville en intégrant un juste équilibre entre travail, logement, commerces, services et loisirs.** L'UCVL sensibilise les pouvoirs publics à ces challenges que rencontrent toutes les villes dans leur développement.

Nous faisons face depuis des années à des problématiques liées au coût du logement toujours en augmentation dans le budget des familles, mais également à une mobilité complexe. Nous constatons une vraie dualité entre les progrès mis en place (mobilité douce) et les amputations faites dans l'espace public (park & buy). L'UCVL continue son travail auprès des pouvoirs publics pour les sensibiliser à ces enjeux.



# Conseil d'administration

## Bureau exécutif

- Mireille RAHME-BLEY (1) (Downtown, Café des Capucins, L'Avenue) depuis juillet 2021
- **Vice-Présidents** : Malvina GELEZUINAS (Mano, Witry-Rausch) (2) et Dan GANTREL (Olliewood, Stitch, Trouble Maker) (3)
- **Secrétaire** : Myriam ABID (Mim'z Shoes & Accessories) (4)
- **Trésorier** : Donato PASCALICCHIO (BGL BNP Paribas) (5)
- **Directrice** : Anne DARIN (6)

## Président d'honneur

- Guill KAEMPPFF (Kaempff Kohler, Traiteur, Fromagerie & Restaurant) nommé en juillet 2021

## Administrateurs

- Danièle AREND-WEBER (Institut de beauté Annette Weber-Krier) (7)
- Fabiana BARTOLOZZI (Casa Fabiana) (8)
- Fabienne BELNOU (Bijouterie Fabienne Belnou) (9)
- Nicolas BONNEFOY (Nespresso) (10)
- Julien DOS SANTOS (Grand Optical) (11)
- Enza FUZIO (Ottika Enza) (12)
- Maurice GROBEN (Tango) (13)
- Philippe HUGER (Monoprix, Monop', Naturalia) (14)
- Alicia KERBER (Longchamp) (15)
- Eric SANTERAMO (Tally Weijl, Mango, Ladurée) (16)

# Structure opérationnelle

## Equipe UCVL

- Anne DARIN, Directrice (6)
- Manuel DE OLIVEIRA, Agent d'accueil Cityshopping Info Point (17)
- Amélie HIERONIMUS, Chargée de communication (18)
- Marie-Albane JACQUES, Responsable de projets (19)
- Mme Valérie WELFERINGER, Gestionnaire administrative et comptable (20)



17



18



19



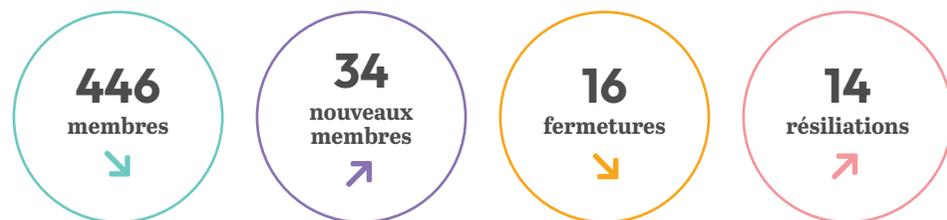
20



© Marie De Decker

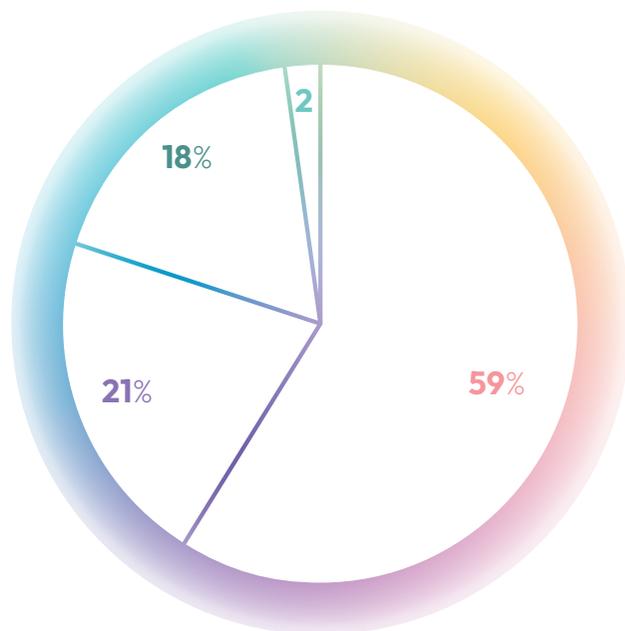
# UCVL en bref

## Membres de l'association

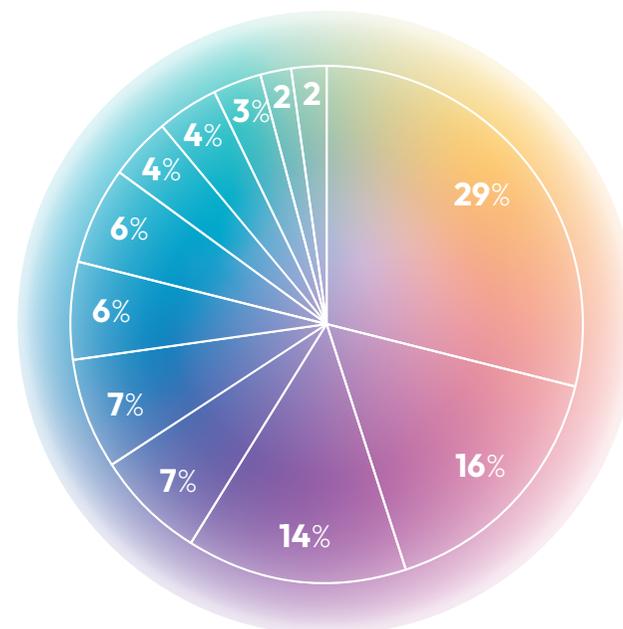


## Répartition par quartier

- 59% Centre
- 21% Gare
- 18% Autres quartiers
- 2% Hors ville



## Catégorie de commerces



# Communication et Marketing

## Communication en période de crise

La crise sanitaire que nous traversons depuis de nombreux mois nous oblige à travailler en permanence à flux tendus. L'incertitude liée aux événements commerciaux rend la planification de campagnes de communication ou de projets Marketing compliquée. La visibilité que nous avions il y a quelques années n'est plus la même et nous sommes contraints de travailler en « last minute » afin de ne pas perdre d'argent dans des campagnes qui pourraient potentiellement être annulées au dernier moment en raison de la situation sanitaire. Grâce à nos prestataires de longue date avec qui nous avons construit une relation de confiance, nous parvenons à réaliser des campagnes de qualité afin de promouvoir le commerce local dans la capitale.

## Promotion de l'achat local

De nombreux clients se sont tournés vers le local pour soutenir leurs commerces de proximité. Afin de sensibiliser encore davantage les consommateurs, nous avons organisé la semaine d'achat local « Locals for Local » qui s'est déroulée du 15 au 21 mai 2021.

Nous avons encouragé nos membres à proposer à leurs clients une expérience agréable tout au long de la semaine afin de les encourager à acheter localement en magasin plutôt que sur internet et de les remercier de leur fidélité avec des goodies, des actions directes, des réductions, des cadeaux à gagner via notre jeu concours, des services divers.

Cette première édition a eu un beau succès ; de nombreux commerçants ont participé en offrant des cadeaux via notre jeu concours.

## Lancement de la newsletter clients

En mars nous avons envoyé notre toute première newsletter clients en trois langues (français, allemand, anglais). Celle-ci comporte des articles sur l'actualité en ville, les nouvelles ouvertures, les événements commerciaux, l'histoire de bâtiments historiques en ville ainsi que des idées shopping. Avec plus de 1300 abonnés comptabilisés en fin d'année et un taux d'ouverture excellent, nous sommes satisfaits du bilan de l'année écoulée et allons continuer à la promouvoir via des campagnes spécifiques.

## Progression continue des réseaux sociaux

**La page Instagram**, lancée en mai 2018, a connu au cours de l'année 2021 une croissance exponentielle. L'année 2021 se terminait en effet avec 9500 abonnés (vs 7800 fin 2020).

Ces très 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** reste quant à elle statique avec ses quelques 12.615 abonnés.

## Nombreux jeux concours

Depuis le lancement de notre page Instagram nous multiplions les jeux concours. Nous avons une grande demande tout au long de l'année de la part des commerçants d'organiser des jeux concours car cela représente une visibilité supplémentaire pour eux.

Au total, nous comptabilisons en 2021 plus de 9000 € de cadeaux offerts à notre communauté Instagram grâce à la générosité des commerçants.

## Concours de décoration des vitrines de Noël

En fin d'année, nous avons lancé le concours des vitrines de Noël en partenariat avec la Ville de Luxembourg. Nous avons invité les commerces à parer leurs vitrines de leurs plus belles décorations afin de faire vivre la magie de Noël dans la capitale. Une cinquantaine de commerces ont participé au concours, dont 25 % situés dans le quartier Gare et 75 % situés en Ville Haute ; près de 85 % des candidatures provenaient de commerces indépendants, tous secteurs d'activités confondus.

Les trois gagnants :

- Just Home (1<sup>ère</sup> place)
- Grand Café Red Beef (2<sup>ème</sup> place)
- Let it B (3<sup>ème</sup> place)

ont respectivement remporté 4000 €, 2000 € et 1000 €, primes mises à disposition par la Ville de Luxembourg dans le cadre de cette action de soutien du commerce visant à créer une vie de quartier dynamique et attrayante.

# Evénements commerciaux

## Stroossemaart

En raison de la situation sanitaire, nous avons dû reporter la Braderie de printemps, initialement prévue le samedi 8 mai au samedi 5 juin 2021. Le respect des mesures sanitaires, le port du masque obligatoire, la stricte participation aux commerces de la ville de Luxembourg ainsi que l'interdiction de stands alimentaires et d'associations dans les rues commerçantes étaient les mesures mises en place afin de l'organiser en toute sécurité.

## Bilan

Le bilan du week-end reste mitigé en raison du temps humide et froid que nous avons connu cette année.

## Braderie

La Braderie s'est déroulée le lundi 30 août 2021, également dans un contexte de crise sanitaire. Pour cette édition, les conditions ont été assouplies ; quelques associations et stands alimentaires ainsi que des animations ont pu prendre place dans la capitale. Ceci a contribué à redonner un air de normalité à l'événement commercial.

Pour la deuxième année consécutive, la Braderie s'est déroulée sur trois jours afin de mieux répartir le nombre de visiteurs mais également de permettre aux commerçants d'écouler leurs stocks.

## Bilan

Le lundi de Braderie est tombé fin août, ce qui est très tôt. Le contexte sanitaire et la persistance du télétravail ont eu un impact encore important sur la fréquentation.

Les ventes ont été très contrastées selon les commerces / le quartier / la rue le lundi de Braderie. Même si dans sa globalité, le week-end a été moins bon que 2020, nous sommes satisfaits qu'elle ait pu avoir lieu dans une forme presque normale.

# Cityshopping Info Point

**Contexte sanitaire :** Le Cityshopping Info Point a été fermé du 26 décembre 2020 au 11 janvier 2021. Les restaurants, cafés et bars ont été fermés jusqu'en mai (avec une ouverture des terrasses le 7 avril 2021).



## Répartition des visiteurs :



## Origine des visiteurs :



## Secteurs d'activités les plus demandés :



## Autres demandes les plus fréquentes ayant généré un trafic supplémentaire à l'Infopoint :

l'Info Bus, les sacs Varlorlux ainsi que des demandes liées au tourisme (LCTO).

## Mois les plus fréquentés :



## Top des commerces demandés :

- Mosquito
- Awa Kermel
- Dress Me Up
- Merci Nature
- Kyo
- Black Wombat
- Bizoo Bizoo
- Stitch
- Lost Laces
- Subtile

# Consulting

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.

L'UCVL apporte son support à ses membres pour l'organisation de leurs événements tels que leurs 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.).

L'UCVL a collaboré avec le Ministère de la Protection des Consommateurs pour l'affichage et le contrôle des prix notamment lors de la Braderie. Ces contrôles ont été très positifs et ont montré un respect de la législation en vigueur. L'UCVL informe régulièrement ses membres sur la législation en matière d'affichage obligatoire des prix.

Cette année, la thématique des loyers commerciaux était encore 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 et 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 ayant de lourdes conséquences économiques pour eux.

## 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 pour les différents acteurs en charge des chantiers. 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. 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 commerçants :

La pandémie nous a empêché de poursuivre nos réunions physiques avec nos membres. 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. Nous avons pu reprendre des réunions thématiques avec les

commerçants en octobre mais malheureusement elles ont dû être stoppées en décembre avec la 5<sup>ème</sup> vague de Covid.

## 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, d'un redéploiement et parfois d'une fermeture.

Dans la continuité de 2020, nous avons observé attentivement la vacance commerciale et les stratégies des bailleurs et locataires. En 2021 nous avons vécu de nouvelles ouvertures en centre-ville.

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

Nous continuons nos échanges réguliers avec les spécialistes du retail commercial, les propriétaires et les commerçants, ce qui nous permet de mieux informer les pouvoirs publics et nos membres des réalités du tissu locatif.

# Lobbying spécifique sur le thème de la sécurité

- Grand travail de terrain sur la sécurité notamment dans le quartier de la Gare.
- Rencontres des pouvoirs publics (Ville, Ministère de la sécurité intérieure, Police) afin de remonter les doléances de nos membres
- Participations aux différentes réunions de citoyens
- Demande d'un arrêté anti-mendicité en centre-ville (Platzverweis)
- 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

## 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.
- Echanges réguliers avec la Bourgmestre et l'Echevin au commerce
- Collaboration étroite avec le service du Développement économique
- Contacts réguliers avec d'autres services de la ville pour répondre aux problématiques de terrain et suivre les demandes spécifiques de nos membres (espace public 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 la deuxième partie de la convention de collaboration (2020-21) dont l'objectif est la mise en place de campagnes de communication et d'animation pour le quartier Gare (pour un montant de 107.941,16 € HTVA).

### Confédération Luxembourgeoise du Commerce

Fin 2020, l'UCVL a rejoint la clc en tant que Membre associé. Nous bénéficions ainsi des services de la clc et participons 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.). 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
- Echanges sur le commerce urbain

### Chambre de Commerce Luxembourg House of Entrepreneurship

Relai de l'offre de formation notamment au niveau de :

- la digitalisation
- le développement personnel
- les ressources humaines

### Letzshop

Relai de la plateforme de vente en ligne auprès de nos membres.

# Représentations & Affiliations

## Représentations :

- Comité événementiel de la Ville de Luxembourg
- Comité d'indemnisation Luxtram
- Comité de gestion de l'UNESCO Site Management
- Comité d'accompagnement  
« Mobilitätsbeirat - Onse Mobilitéitsplang fir muer »

## Affiliations :

- Membre associé de la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc)
- Membre de la Fédération Nationale des Vittrines de France (FNCV)
- Membre de l'Association de Management des Centres-Villes (AMCV)



Avec le soutien de la ville de Luxembourg  
et BGL BNP Paribas :



1, rue Philippe II  
L-2340 Luxembourg

T. 22.62.60

[info@cityshopping.lu](mailto:info@cityshopping.lu)

[cityshopping.lu](http://cityshopping.lu)