

Rapport d'activités 2024



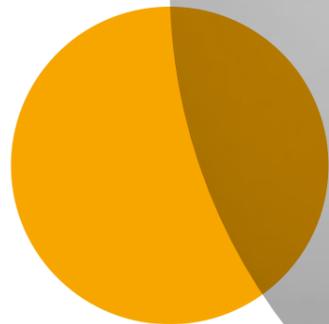
UCVL

Union Commerciale
Ville de Luxembourg

Sommaire

- 04 MOT DE LA PRÉSIDENTE
- 06 CONSEIL D'ADMINISTRATION
- 08 L'UCVL EN BREF
- 10 CITYSHOPPING INFO POINT :
FORTE HAUSSE DES VISITEURS
- 14 COMMUNICATION ET MARKETING
- 18 ÉVÈNEMENTS COMMERCIAUX
- 20 CONSULTING
- 22 ÉCHANGES INTERNATIONAUX
- 24 RETAIL DÉVELOPPEMENT
- 25 LOCAUX & LOYERS COMMERCIAUX
- 26 DEUX QUARTIERS AUX
IDENTITÉS DISTINCTES
- 33 LA SÉCURITÉ ET L'ANIMATION,
CONDITIONS DU DÉVELOPPEMENT
DU CENTRE-VILLE
- 34 PARTENAIRES ET SPONSOR
- 38 REPRÉSENTATIONS & AFFILIATIONS

Mot de la présidente



Chers membres,

Le commerce dans la capitale en 2024 reste marqué par un contexte économique complexe : inflation, hausse des taux d'intérêt et crise du logement pèsent sur l'activité commerciale.

Les tensions géopolitiques continuent d'impacter les marchés énergétiques, entraînant une hausse des coûts de l'énergie et des produits alimentaires.

Les multiples indexes ont alourdi le coût du travail, forçant de nombreux commerçants et restaurateurs à augmenter leurs prix ou réduire leurs marges, fragilisant ainsi leur trésorerie et limitant leurs investissements.

Les charges immobilières, un enjeu majeur

Avec la baisse de rentabilité des magasins, les loyers tendent à diminuer et les formules de loyers variables se développent. L'UCVL accompagne les propriétaires en les informant sur les loyers en vigueur et les solutions adaptées pour établir des accords équilibrés avec les preneurs.

Des défis en matière d'emploi

Recruter du personnel qualifié reste un défi, aggravé par un absentéisme en forte hausse. Faute de personnel, certains commerces doivent réduire leurs horaires ou fermer ponctuellement. Il est urgent d'adapter le code du travail aux réalités du secteur pour offrir plus de flexibilité aux entreprises.

Un cadre légal à moderniser

L'UCVL plaide pour une réforme des heures d'ouverture afin de permettre aux commerces de mieux répondre aux attentes des clients et de lutter contre la concurrence du commerce en ligne. Aujourd'hui, certaines activités bénéficient d'horaires élargis (ex. stations-service vendant les mêmes produits que les commerces de détail), créant une inégalité qu'il est nécessaire de corriger.

Évolution du commerce

Après une vague de fermetures en début d'année, la vacance commerciale a légèrement reculé grâce à l'implantation de nouvelles enseignes, principalement dans l'Horeca, l'alimentation et les services.

Le commerce de détail, notamment la mode et les accessoires, reste en difficulté en Europe. Des marques internationales comme Esprit, Paule Ka, Minelli et Scotch & Soda ont fermé leurs boutiques en 2024 à Luxembourg.

Par ailleurs, nous avons des commerces qui arrêtent leur activité après à peine une année d'ouverture en raison d'un manque de rentabilité.

La digitalisation et l'omnicanalité continuent de se développer, renforçant l'attractivité de la ville.

Dans le quartier de la Gare, la vacance commerciale est stable, mais l'offre reste axée sur une clientèle de proximité. Pour attirer des enseignes internationales,

il est essentiel d'améliorer le cadre urbain et de travailler avec les propriétaires pour rénover et reconfigurer les locaux commerciaux vacants.

L'impact de la météo sur le commerce

Un printemps et un été pluvieux, suivis d'un automne doux mais humide, ont freiné la fréquentation et les ventes. Malgré ces conditions et une baisse du pouvoir d'achat, les événements commerciaux ont bien fonctionné, restant des moments-clés pour dynamiser la ville.

L'insécurité, un enjeu majeur

L'insécurité reste un sujet de préoccupation, avec des conséquences directes sur les commerçants (coûts supplémentaires pour la sécurité, protection du personnel) et sur l'attractivité du centre-ville (baisse de fréquentation, image dégradée).

L'UCVL salue le renforcement de la présence policière à pied en journée, qui a apporté des améliorations. Toutefois, cette présence est insuffisante en soirée, impactant négativement le secteur Horeca. Il est essentiel d'y remédier pour garantir un cadre sûr et accueillant.

Retombées touristiques

Le tourisme en 2024 a eu des retombées positives pour le commerce et l'Horeca. L'animation du centre-ville reste essentielle pour soutenir l'activité commerciale.

Le marché de Noël a encore joué un rôle clé dans l'attractivité hivernale. L'UCVL a également organisé la 6^e édition du concours des vitrines de Noël, incitant les commerçants à embellir leurs devantures et à renforcer l'ambiance des Winterlights.

Enjeux et perspectives pour 2025

- **Digitalisation et omnicanalité** : Accompagner les commerçants vers des solutions numériques adaptées aux attentes des consommateurs.
- **Attractivité du centre-ville** : Renforcer l'offre commerciale et événementielle pour séduire une clientèle jeune et internationale.
- **Sécurité** : Augmenter la présence policière, surtout en soirée, pour rassurer clients et touristes.
- **Évolution du cadre légal** : Adapter la réglementation des heures d'ouverture et du travail aux réalités économiques des commerçants.
- **Développement durable** : Encourager des pratiques commerciales plus responsables.

Dans un contexte international complexe, notre engagement reste intact : soutenir et dynamiser le commerce pour qu'il continue à faire battre le cœur de notre capitale.

Conseil d'administration

Bureau exécutif

Présidente



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

Vice-Président



Malvina GELEZUINAS
(Mano, Witry-Rausch)



Enza FUZIO
(Ottika Enza)

Secrétaire



Myriam ABID
(Mim'z Shoes & Accessories)

Directrice



Anne DARIN
Directrice

Trésorier



Donato PASCALICCHIO
(BGL BNP Paribas)
(Jan.-Avr.)



Alexandre SCHOLER
(Exki, Pizza Hut)
(Mai - Déc.)

Administrateurs



Fabienne BELNOU
(Bijouterie
Fabienne Belnou)



Nicolas BONNEFOY
(Nespresso)



Laurent DUFRAISSE
Galeries Lafayette



Dan GANTREL
(Olliewood)



Maurice GROBEN
(Tango)



Philippe HUGER
(Monoprix,
Monop', Naturalia)



Alicia KERBER
(Longchamp)



Eric SANTERAMO
(Devred, Mango, Ladurée)

Equipe opérationnelle de l'UCVL



Anne DARIN
Directrice



Marie-Albane JACQUES
Responsable de projet



Valérie WELFERINGER
Gestionnaire administrative
et comptable



Amélie HIERONIMUS
Marketing & communication
(Janv. août)



Maria NETO DA ROCHA
Agente d'accueil
Cityshopping Info Point

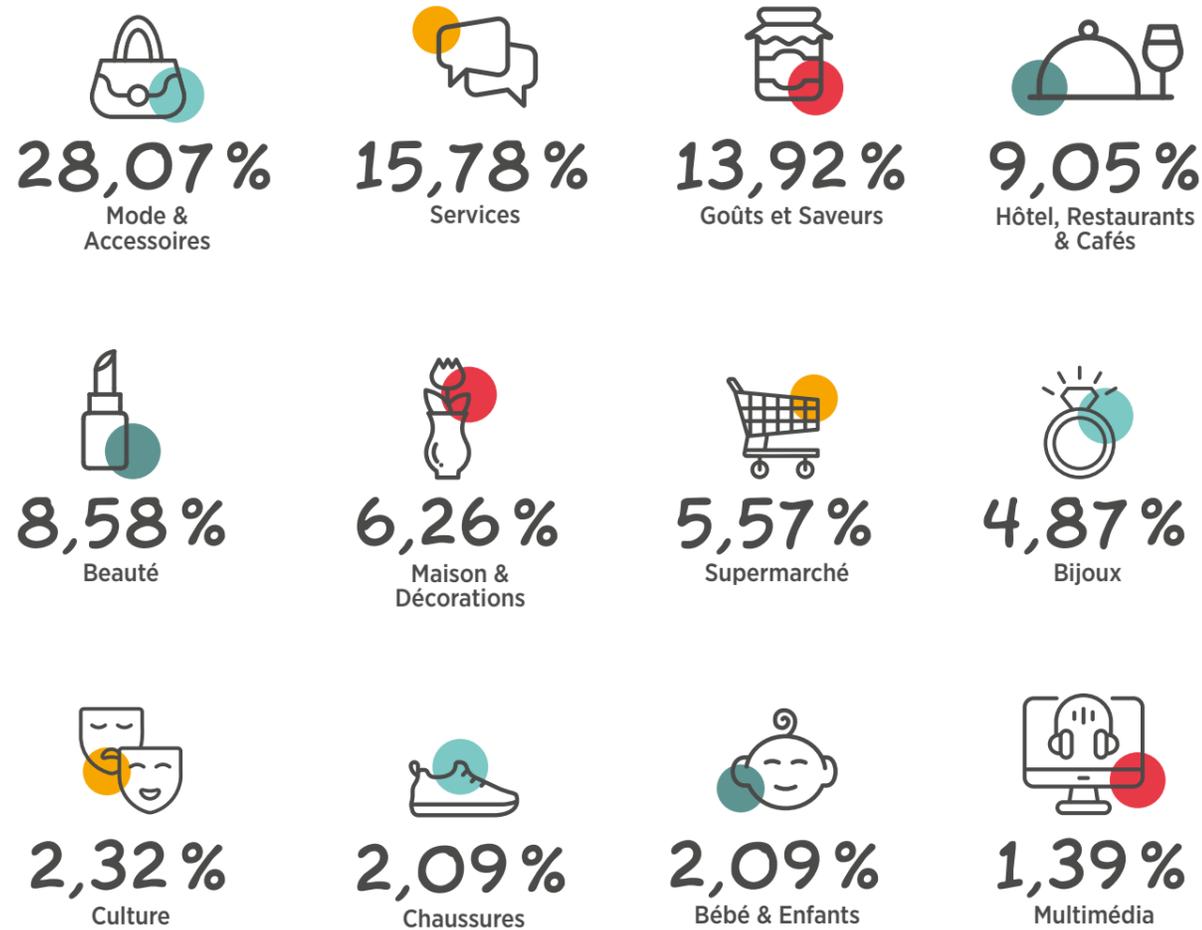
Laetitia Grunewald
Marketing & communication
(Sep. - déc.)

L'UCVL en bref

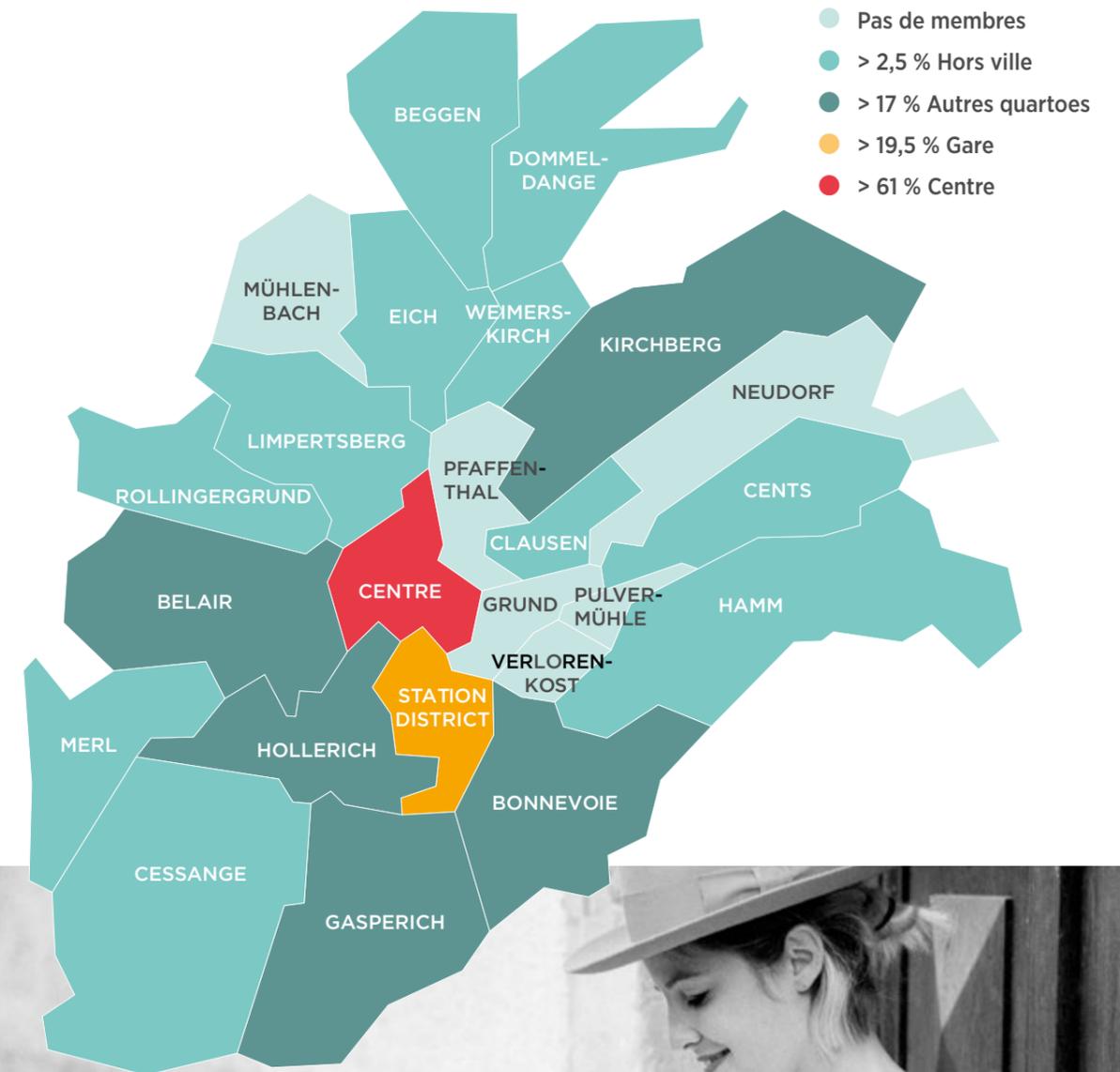
Membres de l'association



Catégories de commerces



Répartition par quartier





Cityshopping Info Point

Forte hausse des visiteurs

En 2024, nous avons observé une forte hausse des visiteurs du Cityshopping Info Point par rapport à l'année précédente (+ 39 %).

Cette augmentation est corrélée avec la hausse des flux de visiteurs dans les rues en Ville-Haute.

Au mois de décembre, nous avons eu une affluence très importante avec 1.689 visiteurs (+83% par rapport à décembre 2023).

Les marchés de Noël, très appréciés des visiteurs de la Grande Région, ont contribué à booster les flux.

Notre Cityshopping Info Point se trouve au sein du Cercle municipal, un très beau bâtiment institutionnel, mais qui a peu de fenêtres en rez-de-chaussée.

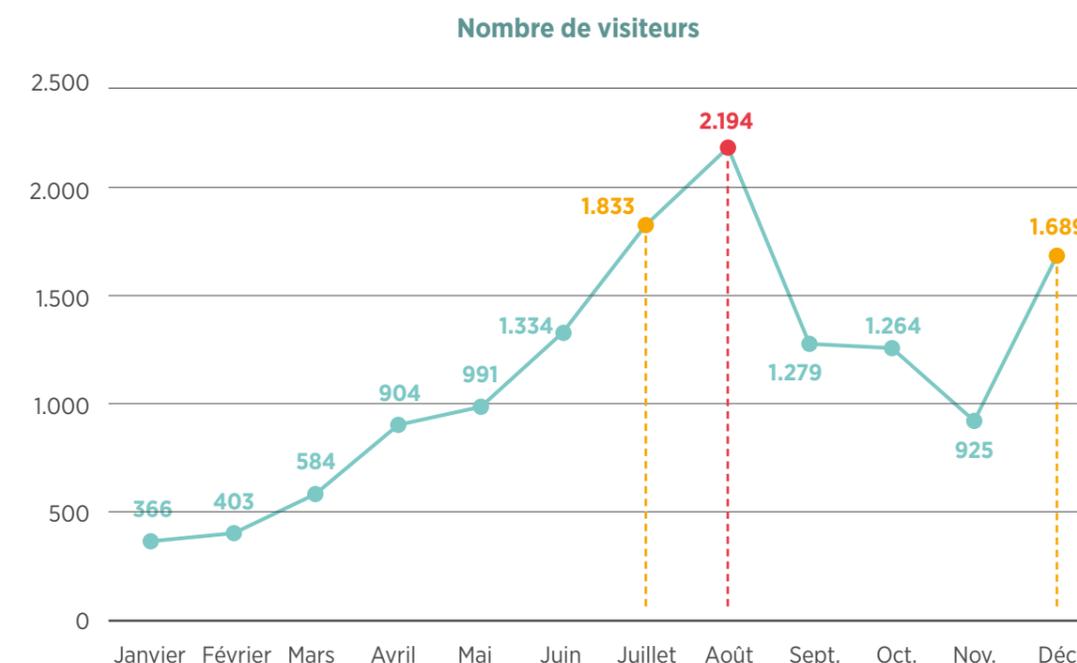
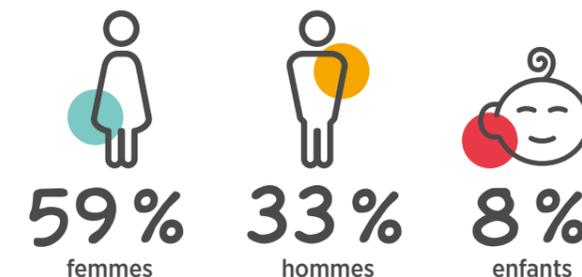
Pour la première année, nous avons installé une arche décorative devant le Cityshopping Info Point. Ce projet, soutenu par la Ville de Luxembourg, nous a permis d'augmenter considérablement notre visibilité.

De nombreux visiteurs se sont photographiés devant l'arche, très joliment décorée.

Nous tenons à souligner l'**impact considérable** d'une vitrine et d'une façade attrayantes sur l'**attractivité** et la conversion des passants en **clients potentiels**.

13.766
visiteurs
en 2024

+39%
par rapport
à 2023



Origine des visiteurs

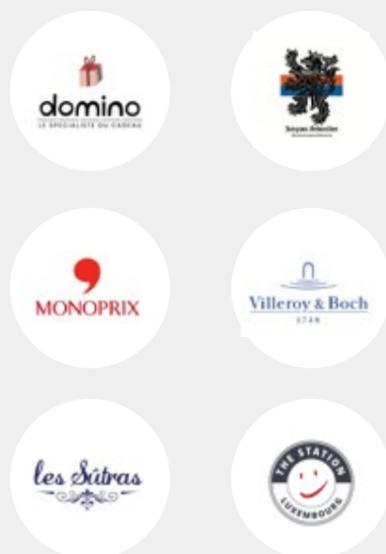


2.350
Maps distribuées

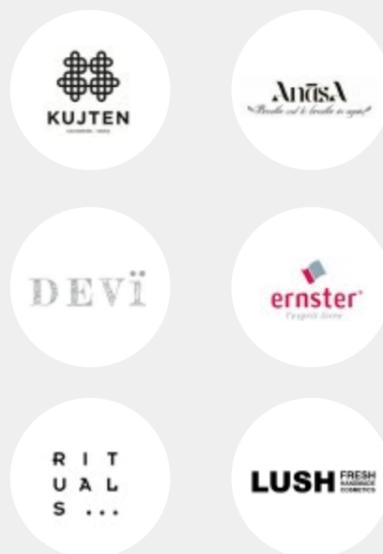
Mois les plus fréquentés



Top des commerces demandés



Top des commerces demandés



77
boutiques ont exposé leurs produits à l'Info Point

Secteur d'activité les plus demandés



Autres demandes les plus fréquentes

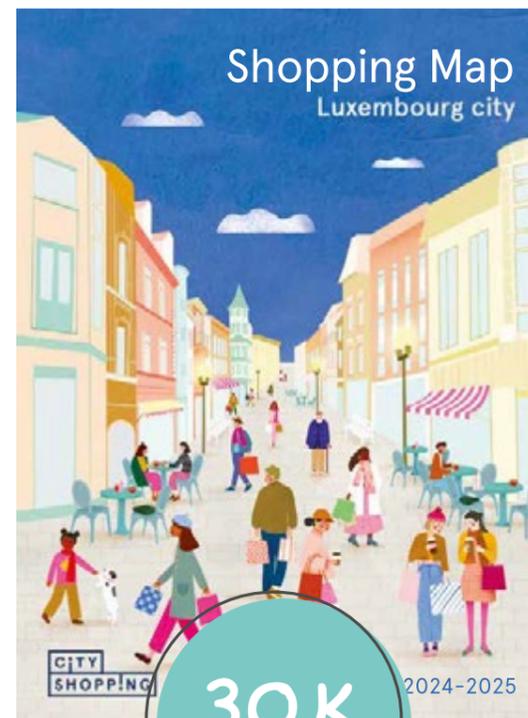


Communication et Marketing

Shopping map : visibilité sur l'ensemble du territoire

Imprimée à 30.000 exemplaires par an, la shopping map est à la fois distribuée à notre Cityshopping Info Point, via nos partenaires locaux et elle est également insérée dans deux éditions du mensuel féminin Femmes Magazine (mai et novembre) via leur réseau de distribution national.

La map est un formidable outil de découverte de l'offre commerciale de la Ville. Grâce aux conseils et à l'expertise de notre agente d'accueil, nous guidons les visiteurs et leur conseillons des parcours personnalisés en fonction de leurs demandes particulières.



30K
shopping maps

20K
insérées dans Femmes Magazine

7K
distribuées via nos partenaires locaux

3K
distribuées à notre Info point

Réseaux sociaux : notre page Instagram a célébré ses 6 ans d'existence

Notre page Instagram

@cityshoppingluxembourg a célébré ses 6 années d'existence en mai et a atteint **13.400 followers** au 31 décembre 2024.

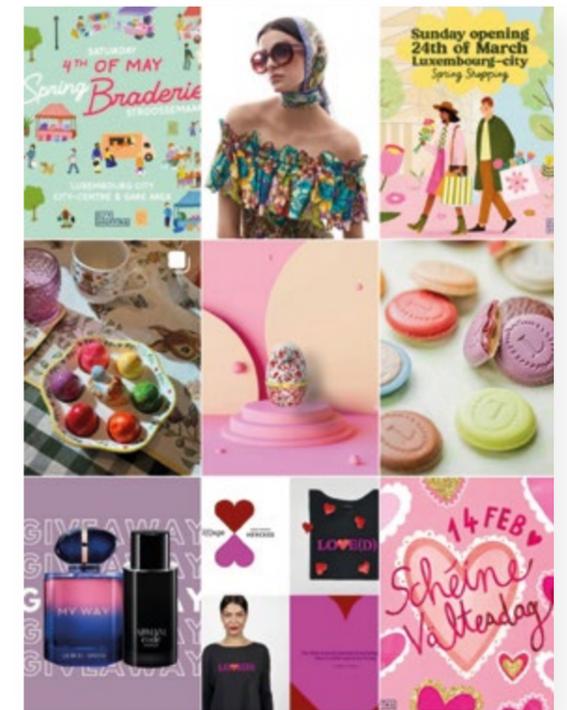
Notre nombre de followers continue de grandir chaque année, notamment grâce aux différents partenariats et projets originaux que nous mettons en place tout au long de l'année. Les jeux concours ainsi que les publications sponsorisées ont été un autre facteur de croissance.

La publication régulière de posts sur notre page ainsi que les « stories » hebdomadaires nous permettent de fidéliser la communauté. Instagram est un outil essentiel aujourd'hui afin de promouvoir et d'augmenter la visibilité des commerçants.

Notre page Facebook @CityshoppingLuxembourg a augmenté d'abonnés pour atteindre **13.891 followers** au 31 décembre 2024.

13.400
followers
au 31.12.2024

13.891
followers
au 31.12.2024



Newsletter clients : progression continue

Notre newsletter clients est **envoyée mensuellement en trois langues** (français, allemand, anglais) à une base de données de **plus de 1.500 clients**.

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. Notre newsletter obtient de bons résultats de lecture tous les mois.

Chiffres 01/01 - 31/12



147

Campagnes envoyées



93.293

E-mails envoyés



Taux de délivrabilité

95,3%

(+0,6%)



Taux d'ouverture

48,6%

(-1,0%)

soit

43.189

ouvertures



Taux de clics

7,7%

(+0,2%)

soit

6.825

clics



Newsletter de mars

Les journées qui rallongent, les températures qui se radoucissent, les collections de printemps qui arrivent dans les magasins, ça y est, le printemps pointe le bout de son nez. Et pour célébrer son arrivée, on vous donne rendez-vous le **dimanche 26 mars** pour une ouverture dominicale spéciale. Appelée « Fréijoersshopping » ou shopping de printemps, cette ouverture dominicale sera l'occasion parfaite de venir en ville découvrir les nouvelles collections. [Cliquez par ici](#) pour retrouver vos commerces ouverts ce jour-là!

Jeux concours : véritable outil de croissance

Les jeux concours que nous organisons permettent aux commerçants d'augmenter leur visibilité et de fidéliser la clientèle. Au total, ce sont **près de 13.000 € de cadeaux qui ont été mis en jeu** par les commerçants et l'Union Commerciale en 2024 :

- Le désormais traditionnel jeu de la roue de la fortune à l'occasion de la Braderie. Cette année a eu lieu notre troisième édition. Le jeu a remporté un franc succès de participation avec **plus de 7.000 € de cadeaux offerts**.
- Les différents jeux concours organisés tout au long de l'année ont permis d'**offrir à notre communauté 6.000 € de cadeaux**.



Concours des vitrines de Noël : une tradition qui perdure

Suite au succès des éditions précédentes, nous avons réitéré cette année le concours des vitrines de Noël en partenariat avec la Ville de Luxembourg qui a soutenu le projet grâce à l'attribution de prix encourageants.

89% des candidatures provenaient de commerces indépendants, tous secteurs d'activités confondus.

En 2024, l'annonce des gagnants a été faite le 19 décembre afin que les clients puissent venir découvrir les vitrines gagnantes durant les congés de fin d'année.

Après évaluation des vitrines selon les critères définis, le jury a désigné comme gagnants :



44

commerces ont participé au concours en 2024



- 1er prix :**
la boutique « Smets Women » qui a remporté un prix de 4.000 €
- 2e prix :**
le fleuriste « Ecrin de Verdure » qui a remporté un prix de 2.000 €
- 3e prix :**
l'opticien « Optikstudio » qui a remporté un prix de 1.000 €

Événements commerciaux

Stroossemaart

La Braderie de printemps s'est déroulée le samedi 4 mai 2024 avec une ouverture le dimanche 5 mai pour continuer à bénéficier des bonnes affaires.

Bilan

Malgré une météo capricieuse avec l'arrivée de la pluie en tout début d'après-midi, les clients étaient au rendez-vous et le bilan du Stroossemaart a été correct. Dans un contexte de pouvoir d'achat réduit, les visiteurs ont profité des meilleures affaires en étant très vigilants sur leurs dépenses.

Comme ses dernières années, les résultats sont disparates entre les 2 quartiers. Ainsi, en Ville-Haute les résultats ont été meilleurs que dans le quartier Gare qui souffre encore d'un manque d'attractivité et d'une forte vacance.



4/05
2024

Braderie

2/09
2024

La Braderie s'est déroulée le lundi 2 septembre 2024.

Les clients ont pu bénéficier des offres Braderie le week-end qui précède : le samedi 31 août et dimanche 1 septembre.

Bilan

Nous avons noté cette année encore une belle progression au niveau du nombre de stands, nous avons pu faire revenir des stands de « Mode & accessoires » dans les deux quartiers. Les nouveaux participants sont des commerçants du Grand-Duché proposant une offre non présente sur le périmètre de la Braderie.

Afin de compléter rendre l'événement encore plus convivial nous avons mis l'accent sur de nouvelles animations.

Grâce à la ville de Luxembourg nous avons, pour la première fois, sonoriser les principales rues commerçantes des 2 quartiers, Gare et Ville-Haute :

- **Quartier Gare**, nous avons installé en plus une scène animée par un DJ.
- Dans les **deux quartiers**, un groupe de Fanfare rétro ambulant a complété l'animation dans les rues.

Au niveau des animations pour enfants sur la Place de Paris, un tout nouvel atelier graffiti organisé avec l'asbl « I Love Graffiti » et animé par l'artiste reconnu Thomas Iser a connu un grand succès.

ANIMATIONS pour petits et grands

BRICKS4KIDZ
atelier de construction Lego

LUDOLAND
jeux en bois

I LOVE GRAFFITI
Workshop graffiti

avec la présence de **THOMAS ISER**

Place de Paris
10h-18h

MUSIQUE pour petits et grands

ÇA GAZE
Fanfare rétro
→ 9H - 11H
quartier Gare

→ 14H30 - 16H
Ville-Haute

DJ URBAN
→ 11H - 19H
croisement rue du Fort-Neipperg / Avenue de la Gare



Le bilan général de la Braderie 2024 est positif, malgré une météo à nouveau défavorable. En effet, la pluie s'est invitée sur le temps du déjeuner jusqu'au début de l'après-midi. Malgré cela les clients sont revenus profiter des bonnes affaires jusqu'à la clôture de l'événement à 19h.

Consulting



L'accompagnement personnalisé proposé par l'association repose sur une analyse approfondie des besoins spécifiques de chaque commerçant.

En fonction des enjeux rencontrés, un suivi sur mesure est mis en place, alliant conseils stratégiques, recommandations pratiques et solutions adaptées.

L'UCVL s'appuie également sur une approche collaborative avec ses membres. Nous travaillons étroitement avec les commerçants pour identifier leurs priorités.

Notre expertise nous permet aujourd'hui d'accompagner tant des indépendants que des grandes marques internationales au niveau de leur marketing.

Notre travail touche à des conseils dans le cadre de nouvelles ouvertures, de déménagements ou d'intégration de nouveaux membres.

En 2024, nous avons également accompagné certains membres dans la transmission et la reprise de leur entreprise ou bien encore l'aveu de faillite.

Forte de son expertise pointue au niveau du commerce urbain, l'UCVL conseille et accompagne les dirigeants d'activités commerciales sur une grande variété de thématiques, ce grâce à la mise en place de partenariats stratégiques avec un réseau de partenaires publics et privés :

- Business Plan
- Aides financières
- Dépôt de marque
- Locaux, loyers et bail commercial
- Aménagements et transformation du local commercial
- Autorisations de terrasse
- Gestion des déchets
- Législation sur le commerce de détail (heure de fermeture des commerces, soldes, liquidation, loi omnibus sur l'affichage des prix, loi sur la gestion des déchets, etc.)
- Règlements communaux
- Marketing et communication (Inauguration, stratégie de marketing)
- Information sur le calendrier événementiel de la ville
- Organisation événementielle du commerce (soirée, anniversaires)
- Chantiers (information et suivi des problèmes)
- Cessation et revente d'activité commerciale

Ce soutien s'étend également à la création de synergies au sein du réseau, facilitant l'échange de bonnes pratiques et l'entraide entre les commerçants. Ainsi nous organisons régulièrement des réunions de commerçants par quartier et des « networking » commerçants et nous soutenons également activement les commerçants organisateurs d'événements de rues / de quartier via du conseil et de l'accompagnement ainsi que le suivi avec les différents services de la ville.



CALENDRIER 2024

2, place d'Armes
L-1136 Luxembourg
T: (+352) 22 62 60
info@cityshopping.lu
www.cityshopping.lu

Jours fériés		Vacances scolaires		Soldes		Fêtes, foires et marchés		Braderies		Ouvertures dominicales	
JANVIER		FÉVRIER		MARS		AVRIL		MAI		JUIN	
1	LUN	1	JEU	1	VEN	1	LUN	1	MER	1	SAM
2	MAR	2	VEN	2	SAM	2	MAR	2	MAR	2	DIM
3	MER	3	SAM	3	DIM	3	MER	3	VEN	3	LUN
4	JEU	4	DIM	4	LUN	4	JEU	4	JEU	4	MAR
5	VEN	5	LUN	5	MAR	5	VEN	5	SAM	5	MER
6	SAM	6	MAR	6	MER	6	SAM	6	LUN	6	JEU
7	DIM	7	MER	7	JEU	7	JEU	7	MAR	7	VEN
8	LUN	8	JEU	8	VEN	8	LUN	8	MER	8	SAM
9	MAR	9	VEN	9	SAM	9	MAR	9	JEU	9	Fête des mères
10	MER	10	SAM	10	DIM	10	MER	10	VEN	10	LUN
11	JEU	11	DIM	11	LUN	11	JEU	11	SAM	11	MAR
12	VEN	12	LUN	12	MAR	12	VEN	12	MAR	12	MER
13	SAM	13	MAR	13	MER	13	SAM	13	LUN	13	JEU
14	DIM	14	MAR	14	JEU	14	DIM	14	MAR	14	VEN
15	LUN	15	JEU	15	VEN	15	LUN	15	MER	15	SAM
16	MAR	16	VEN	16	SAM	16	MAR	16	JEU	16	DIM
17	MER	17	SAM	17	DIM	17	MER	17	VEN	17	LUN
18	JEU	18	DIM	18	JEU	18	JEU	18	SAM	18	MAR
19	VEN	19	LUN	19	MAR	19	VEN	19	MAR	19	MER
20	SAM	20	MAR	20	MER	20	SAM	20	LUN	20	JEU
21	DIM	21	MER	21	JEU	21	DIM	21	MAR	21	VEN
22	LUN	22	JEU	22	VEN	22	LUN	22	MER	22	SAM
23	MAR	23	VEN	23	SAM	23	MAR	23	JEU	23	DIM
24	MER	24	SAM	24	DIM	24	MER	24	VEN	24	LUN
25	JEU	25	DIM	25	LUN	25	JEU	25	SAM	25	MAR
26	VEN	26	LUN	26	MAR	26	VEN	26	MAR	26	MER
27	SAM	27	MAR	27	MER	27	SAM	27	LUN	27	JEU
28	DIM	28	MER	28	JEU	28	DIM	28	MAR	28	VEN
29	LUN	29	JEU	29	VEN	29	LUN	29	MER	29	SAM
30	MAR	30	MAR	30	SAM	30	MAR	30	JEU	30	DIM
31	MER	31	MER	31	DIM	31	MER	31	VEN	31	VEN

JUILLET		AOÛT		SEPTEMBRE		OCTOBRE		NOVEMBRE		DÉCEMBRE	
1	LUN	1	JEU	1	DIM	1	MAR	1	VEN	1	DIM
2	MAR	2	VEN	2	LUN	2	MER	2	SAM	2	SAM
3	MER	3	SAM	3	MAR	3	JEU	3	DIM	3	MAR
4	JEU	4	DIM	4	MER	4	VEN	4	LUN	4	MER
5	VEN	5	LUN	5	JEU	5	SAM	5	MAR	5	JEU
6	SAM	6	MAR	6	VEN	6	DIM	6	MER	6	MER
7	DIM	7	MER	7	SAM	7	LUN	7	JEU	7	SAM
8	LUN	8	JEU	8	DIM	8	MAR	8	VEN	8	DIM
9	MAR	9	VEN	9	LUN	9	MER	9	LUN	9	SAM
10	MER	10	SAM	10	MAR	10	JEU	10	DIM	10	MAR
11	JEU	11	DIM	11	MER	11	VEN	11	LUN	11	MER
12	VEN	12	LUN	12	JEU	12	SAM	12	MAR	12	JEU
13	SAM	13	MAR	13	VEN	13	DIM	13	MER	13	VEN
14	DIM	14	MER	14	SAM	14	LUN	14	JEU	14	SAM
15	LUN	15	JEU	15	DIM	15	MAR	15	VEN	15	DIM
16	MAR	16	VEN	16	LUN	16	MER	16	SAM	16	LUN
17	MER	17	SAM	17	MAR	17	JEU	17	DIM	17	MAR
18	JEU	18	DIM	18	MER	18	VEN	18	LUN	18	MER
19	VEN	19	LUN	19	JEU	19	SAM	19	MAR	19	JEU
20	SAM	20	MAR	20	VEN	20	DIM	20	MER	20	VEN
21	DIM	21	MER	21	SAM	21	LUN	21	JEU	21	SAM
22	LUN	22	JEU	22	DIM	22	MAR	22	VEN	22	DIM
23	MAR	23	VEN	23	LUN	23	MER	23	SAM	23	LUN
24	MER	24	SAM	24	MAR	24	JEU	24	DIM	24	MAR
25	JEU	25	DIM	25	MER	25	VEN	25	LUN	25	MER
26	VEN	26	LUN	26	JEU	26	SAM	26	MAR	26	JEU
27	SAM	27	MAR	27	VEN	27	DIM	27	MER	27	VEN
28	DIM	28	MER	28	SAM	28	LUN	28	JEU	28	SAM
29	LUN	29	JEU	29	DIM	29	MAR	29	VEN	29	DIM
30	MAR	30	VEN	30	MER	30	JEU	30	SAM	30	LUN
31	MER	31	SAM	31	LUN	31	JEU	31	MAR	31	MAR

1. Chandeléur 2. Dimanche des brezels 3. Shopping de printemps 4. Braderie de printemps 5. Dimanche des marteaux

Avec le soutien de :

Échanges internationaux



Afin d'être toujours au courant des bonnes pratiques en matière de dynamisation commerciale, nous effectuons des visites et échanges avec des acteurs européens ayant des missions similaires aux nôtres.

Ainsi cette année nous avons visité la structure Hub Brussels qui accompagne les entreprises et les commerçants de détail bruxellois à se développer.

Nous avons ainsi pu visiter des projets très inspirant au service des commerçants : Open Soon, Auberge Espagnole, Kokotte, la Couveuse d'idées, l'autodiagnostic Retail, plan Artisan.e.s, Refresh...

Cela nous a permis d'aborder la relation avec les autorités locales et les associations de commerçants.

La ville de Bruxelles et également touchée par des enjeux similaires aux nôtres (difficultés du secteur mode et accessoires, impact de gros chantiers, insécurité, etc.) ce qui nous a permis d'échanger sur des solutions et outils pratiques.



Au printemps 2024 nous avons eu le plaisir d'accueillir une grande délégation de la ville de Strasbourg composée :

- du Président de l'Office du Tourisme et Adjoint au commerce à la Ville de Strasbourg
- de l'association des commerçants « les Vitrines de Strasbourg » (Président, membre du CA et Directrice)
- du Manager de centre-ville

La délégation était intéressée à connaître le concept du Cityshopping Info Point dans le cadre de la réflexion d'un projet similaire alliant tourisme et shopping à Strasbourg. La délégation a également pu recevoir de nombreuses informations du Luxembourg City Tourist Office, qui a participé à cette rencontre.

Cette journée a été riche en échange sur les thèmes autour du commerce de centre-ville : vacance commerciale, variété de l'offre, réglementation de préemption mis en place à Strasbourg, illumination et décorations de Noël, animation du centre-ville, accessibilité et stationnement, sécurité, etc.



Retail développement

La cellule de développement économique et commercial de la ville de Luxembourg a initié en 2024 une analyse avec la firme Up City by Geoconsulting afin de définir une stratégie de développement économique et commercial et un plan d'action pour le quartier de la Gare à l'horizon 2030.

L'UCVL a contribué à l'enquête d'état des lieux en fournissant des données et statistiques et participé à des workshops commerçants et propriétaires.

Il est important que la ville se dote de d'outils pratiques (plaquette ou brochure) pour vendre la Ville de Luxembourg auprès d'enseignes commerciales et investisseurs.

Depuis quelques années l'UCVL est active dans la recherche d'enseignes internationales intéressantes par rapport à nos clientèles cibles.

Cette année l'UCVL a participé au Marché International Professionnel de l'Immobilier de Commerce (MAPIC) avec le département du développement économique et commercial de la ville de Luxembourg et l'échevin au Commerce. La délégation a été accompagnée par l'expertise de Up City.

Ce salon incontournable de l'immobilier commercial regroupe 4 500 participants et 1 500 enseignes, acteurs des loisirs et de la restauration.

L'UCVL a pu promouvoir le territoire de la capitale auprès de nombreux dirigeants d'enseignes non présentes à Luxembourg et renforcer ses liens avec les directions de groupes en expansion au Grand-Duché.



Locaux & Loyers commerciaux

Dans le cadre de ses missions, l'UCVL informe et accompagne ses membres sur les locaux disponibles, les loyers en vigueur, les nouveaux projets commerciaux dans la capitale. Nous les accompagnons dans leurs décisions stratégiques en vue d'une implantation, d'un redéploiement et parfois d'une fermeture.

Nous informons et sensibilisons les propriétaires sur la rentabilité des activités commerciales actuellement. Nous favorisons les échanges entre les commerçants en recherche de locaux et les propriétaires et gestionnaires de locaux commerciaux.

Nous avons observé en 2024 une forte demande de commerçants, débutants ou installés, recherchant des petits locaux à loyer modéré en centre-ville.



Deux quartiers aux identités distinctes

Le quartier Gare un quartier multiculturel à fort potentiel

Le quartier Gare se distingue de la Ville Haute par sa forte multiculturalité. Du fait de la présence de la Gare centrale, cette partie de la ville constitue une porte d'entrée pour de nombreux touristes et frontaliers qui se rendent chaque jour à Luxembourg-ville pour le travail. Cette multiculturalité fait la force de ce quartier, qui se distingue par son offre commerciale diversifiée. Outre les grandes enseignes internationales, vous y trouverez de nombreux restaurants, cafés et commerces indépendants.



Secteurs dominants



38 %

Horesca



32 %

Commerce de détail

Taux de vacance commerciale



13,89 %

Taux de locaux fermés pour travaux



2,06 %

Nombre de places de parking



1.865

places réparties sur 6 parkings

Mobilité douce



30

arrêts d'autobus



9

stations vel'OH



3

arrêts de tram

Source : Ville de Luxembourg

Le quartier de la Gare en 2024

Ce quartier est toujours en grande transformation avec de grands chantiers impactant :

- Le bâtiment de la Direction Générale des CFL, place de la Gare, qui subit des travaux de transformation importants et d'extension rue du Fort Neipperg
- Le grand chantier situé aux N°49-51 de l'avenue de la Gare et réalisé par Félix Giorgetti
- Le grand chantier du Marriott Hotel Alfa et celui de l'ancien hôtel International en face de la gare
- Le chantier de réaménagement de la rue de Strasbourg
- Le chantier de la sécurité sociale

Vacance commerciale

L'année 2024 a été relativement stable en termes de vacance commerciale avec un taux de 13,89 % pour le quartier.

L'avenue de la Gare reste en grande difficulté, son taux de vacance commerciale est de 20 %, soit une légère baisse par rapport à 2023.

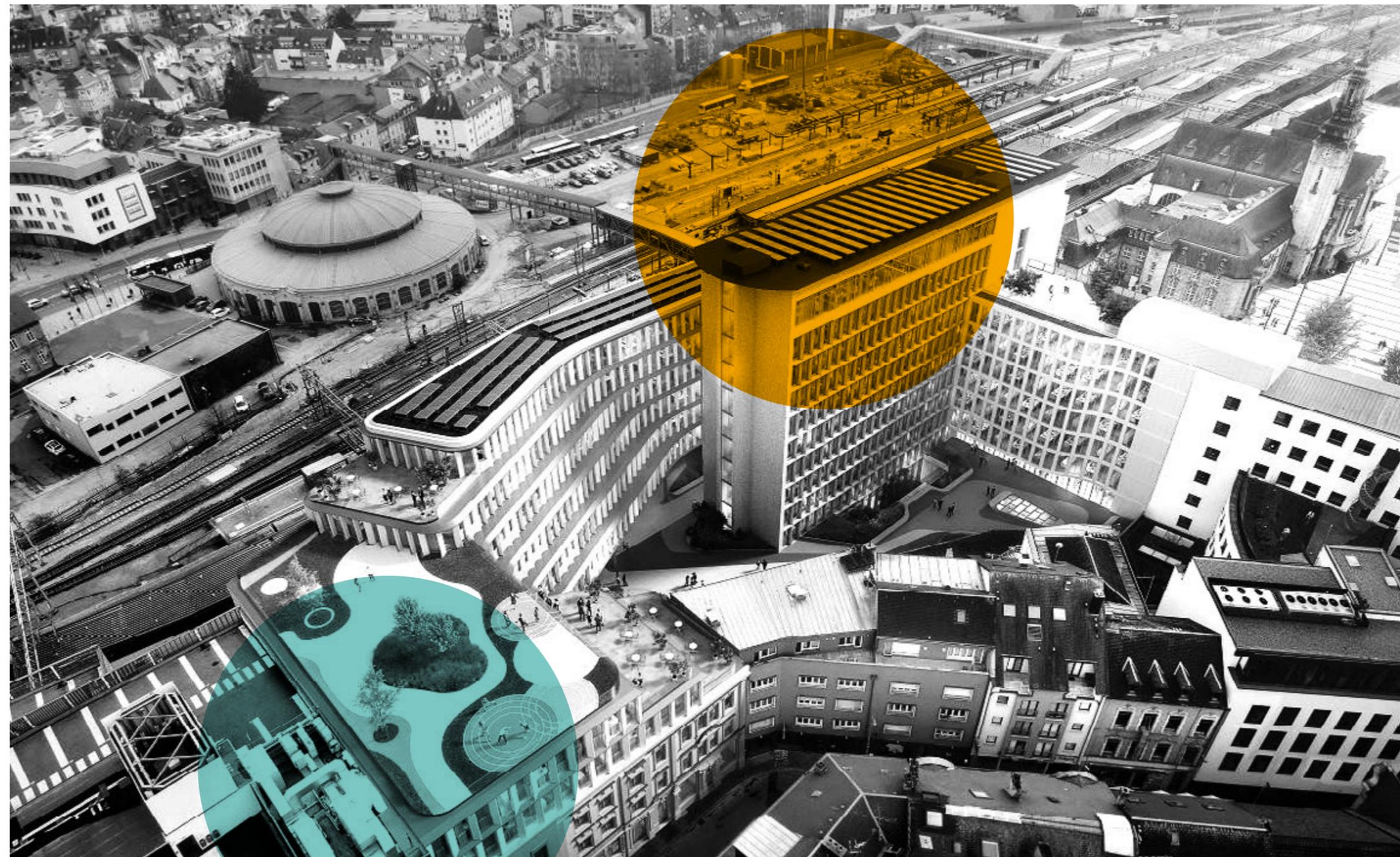
Quelques commerces ont ouvert avenue de la Gare au cours de l'année : Look Tic Chic, Taksim Istanbul, Medi Market. Une grande enseigne de mode a fermé Esprit en raison de la faillite du groupe, des arrivées de nouvelles enseignes sont annoncées pour des ouvertures prévues en 2025 (Sport Direct, Action, KFC).

L'avenue compte des cellules commerciales de grande taille, parfois vétustes et proposées à des loyers assez chers, d'où la difficulté de trouver preneur.

Il est très important de soutenir cette avenue car son manque actuel d'attrait entraîne une baisse d'attractivité commerciale de tout le quartier.

La Ville de Luxembourg a débuté, en partenariat avec le cabinet de consulting Up City, une étude profonde du quartier pour élaborer un plan de redynamisation.

Dans l'ensemble du quartier, le secteur Horesca est le plus dynamique notamment avec l'offre en take away. La réouverture en 2025 du parking Martyrs est fortement attendue pour renforcer l'offre de stationnement.



Le quartier de la Ville-Haute

un quartier mêlant tourisme, culture et shopping

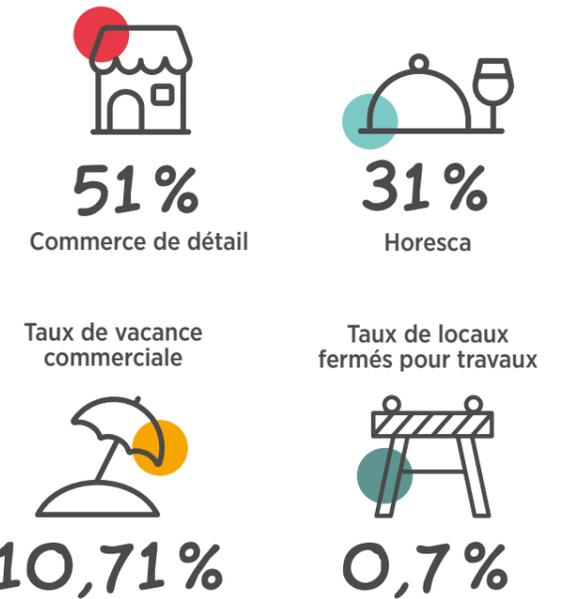
Le quartier de la Ville-Haute est un centre historique attirant de nombreux touristes qui viennent admirer le Palais Grand-Ducal, les anciennes forteresses classées au patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi que le charme de la vieille ville. Les nombreux musées de la capitale ainsi que la riche animation culturelle en font une destination phare pour les touristes de la Grande région et internationaux.

Le tissu commercial de la Ville Haute est plutôt représentatif des cœurs de capitales européennes et se différencie de celui du quartier gare. De petite superficie et à faible densité de population, la Ville-Haute voit son offre commerciale concentrée dans sa zone piétonne, ce qui facilite grandement le shopping.

De nombreuses Maisons de Luxe se sont implantées en Ville-Haute au cours des dernières années, proposant aux clients toutes les plus grandes marques de la mode, de l'horlogerie, de la joaillerie et de la maroquinerie. La Ville-Haute compte également de nombreuses enseignes internationales, ainsi que des commerces tenus par des indépendants. Le secteur de l'HoReCa est quant à lui dynamique et ne cesse de se diversifier. Le marché bi-hebdomadaire et les brocantes sont très appréciés par la clientèle locale et dynamisent le centre-ville.



Secteurs dominants



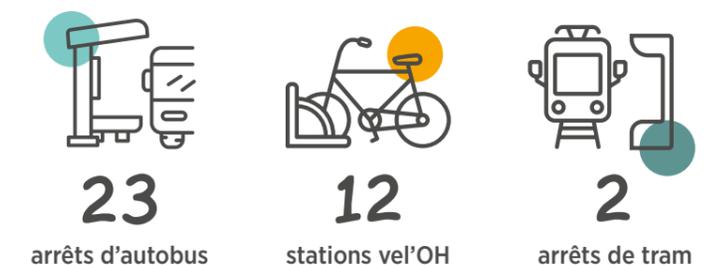
Taux de vacance commerciale

Taux de locaux fermés pour travaux

Nombre de places de parking



Mobilité douce



Source : Ville de Luxembourg

Le quartier de la Ville-Haute en 2024

Le quartier de la Ville-Haute continue d'attirer de nouvelles marques internationales en 2024 (Weekend by Max Mara, Timberland, OpticCenter) ainsi que des nouveaux commerces indépendants ou franchisés (Pierre Hermé). L'arrivée de telles enseignes peut attirer l'attention de leurs concurrents respectifs et encourager d'autres marques internationales à venir s'implanter à Luxembourg-ville.

La vacance commerciale a légèrement baissé par rapport à 2023, les rues premium sont fortement demandées mais les locaux commerciaux y sont limités. Les rues secondaires accusent un taux de vacance supérieurs. Dans le quartier de la vieille-ville, l'horesca est de plus en plus dominant.

Nous notons toujours une forte demande de commerçants qui se lancent et cherchent des petits locaux à loyer abordable (moins de 3000 euros par mois) en majorité en Ville-Haute alors qu'il y en a très peu sur le marché.

En 2024, nous avons également eu de nombreuses demandes pour des pop-up stores et nous les orientons vers le service du développement économique de la ville et vers des propriétaires privés ayant des locaux de petite taille inoccupés ou en phase de transformation.



La sécurité et l'animation, conditions du développement du centre-ville

La hausse des incivilités au sein des commerces dans la capitale depuis le Covid-19 (vols, agressions, dégradations), ainsi que la vente de drogue dans l'espace public sont de véritables fléaux pour l'attractivité du centre-ville.

Ces problèmes engendrent une augmentation importante des charges des commerçants (agents de sécurité, système de sécurité, nettoyage accru) dans un contexte inflationniste déjà très compliqué. Mais également des conséquences sur leurs équipes : peur, maladie, changement de secteur d'activité, souhait de ne pas travailler dans certains points de vente.

Le renforcement de la présence policière à pied, la mise en place d'un arrêté de mendicité organisée et la création d'une police municipale en 2024 sont des mesures qui contribuent à améliorer cette situation.

Cette année encore les commerçants ont fait appel au service de médiation « A vos côtés » mis en place dans les quartiers Gare, Bonnevoie et Ville-Haute et le bilan est très positif. Les équipes utilisent des techniques de médiation, de communication non violente et accompagnent les personnes dans l'espace public quand ils se sentent en insécurité (ex : les personnes âgées pour faire leurs courses, les vendeuses pour se rendre à la Gare le soir en hiver, etc.).

L'animation de l'espace public est un facteur contribuant à la sécurité ainsi qu'à l'amélioration de la qualité de vie des habitants.

Le retour du vide-greniers avenue de la Gare, les nouvelles décorations et illuminations de Noël, l'animation Gare Grooves y ont largement participé. Néanmoins nous devons continuer nos efforts et nos demandes auprès des pouvoirs publics afin de rendre notre centre-ville attractif et compétitif.

Enfin, la participation citoyenne dans les projets de réaménagement de l'espace public est primordiale car elle permet d'intégrer les besoins et l'expérience des habitants et riverains professionnels dans les futurs projets urbains (Ex. rue de Strasbourg).



Partenaires et Sponsor

Collaboration et soutien de la Ville de Luxembourg

Depuis maintenant 17 ans la Ville de Luxembourg soutient l'Union commerciale par le financement d'un programme d'actions pour promouvoir et dynamiser le commerce de la capitale. Nous tenons à exprimer notre plus profonde gratitude envers la Ville de Luxembourg pour l'augmentation de notre subside en 2024 pour réaliser ce programme d'actions.

Un des projets phare est le Cityshopping Info Point, espace d'accueil innovant permettant aux clients et visiteurs de découvrir l'offre commerciale et Horesca de la capitale et de recevoir des conseils personnalisés pour leurs achats.

L'UCVL gère un plan marketing annuel autour des moments forts du commerce mais également des événements spécifiques de chaque année. Elle organise et promeut également les deux plus grands événements commerciaux du centre-ville, le Stroossemaart et la braderie.

L'équipe développe des synergies et partenariats avec tous les acteurs locaux publics et privés ayant un intérêt mutuel dans des collaborations favorisant des retombées sur l'ensemble du centre-ville et des quartiers.

L'UCVL a des échanges réguliers avec le Bourgmestre, Madame Lydie POLFER ainsi que l'Echevin au commerce de la Ville, Monsieur Maurice Bauer.



Nous travaillons en étroite collaboration avec l'équipe du développement économique et commercial de la ville sur de nombreux aspects :

- Échanges sur les données et études sur le commerce dans la capitale
- Accueil, information et aide aux commerçants
- Gestion de la plateforme cityshopping.lu
- Échange avec des structures de développement économique au Grand-Duché et à l'étranger
- Amélioration des concepts des événements commerciaux
- Projet de redynamisation du quartier Gare
- Projets de dynamisation du commerce : Concours de décoration des vitrines
- Information et promotion de l'outil « pop-up store » de la ville
- Participation au comité événementiel
- Participation au comité d'accompagnement « Mobilitätsbeirat »
- Remontée et suivi des problématiques liées aux chantiers

Enfin, l'UCVL est en contact permanent avec un ensemble important de services de la ville pour répondre aux problématiques de terrain et suivre les demandes de nos membres (espace public, fêtes & marchés, circulation, voirie, hygiène, etc.)



Groupe de Travail Développement économique - QuattroPole - 13.05.2025

Sponsor

L'UCVL exprime sa reconnaissance la plus sincère à l'égard de BGL BNP Paribas pour son soutien de longue date qui joue un rôle crucial dans le développement et la prospérité du commerce et de l'artisanat au cœur de notre belle capitale.



**BGL
BNP PARIBAS**

Partenaires experts

L'UCVL bénéficie de l'expertise :

- de **M. Joe LAMESCH** Expert-Comptable / Associé, Fiduciaire Benoy Kartheiser S.C.
- de **Maître Franck Greff** – Avocat à la Court

Partenaires institutionnels

Chambre de Commerce Luxembourg / House of Entrepreneurship - HOE

- Mise en place de formations pertinentes pour les membres de l'UCVL
- Relai de l'offre de formations
- Promotion des différents packages d'aide
- Orientation des commerçants vers la cellule de transmission d'entreprise

Luxembourg City Tourist Office - LCTO

- Promotion croisée « tourisme et shopping » de la capitale auprès des résidents et des visiteurs de toute la Grande Région.
- Conception ensemble d'outils de communication (Ex : Pâques, Summer in the city et Winterlights)
- Intégration du tourisme et du shopping dans nos communications respectives
- Information de nos membres sur le programme d'animation et les produits du LCTO (visites guidées, points d'intérêt)
- Échanges et formation des équipes respectives

Luxembourg For Tourism - LFT

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

Luxembourg Convention Bureau LCB

Créé par le Ministère de l'Économie et la Ville de Luxembourg, le Luxembourg Convention Bureau (G.I.E) est le représentant officiel du secteur des événements professionnels au Grand-Duché.

En 2024 l'UCVL a débuté un partenariat avec le LCB afin de permettre à nos membres de profiter des retombées liées aux événements professionnels ayant lieu en ville de Luxembourg.

Ainsi nous avons pu proposer à des organisateurs de congrès des packages d'offres promotionnelles de membres de l'UCVL

Luxembourg Retail Federation - LRF

L'UCVL fait partie des membres fondateurs de la Luxembourg Retail Federation qui rassemble des acteurs du commerce de détail de tout le Grand-Duché. Ses axes de travail sont entre autres : encourager le partage d'expérience, l'innovation commerciale, l'image du commerce, la formation professionnelle continue ou encore la flexibilisation du travail. Nous y apportons notre expertise et les avis et besoins de nos membres via des sondages et enquêtes.

Luxembourg Confédération - LC

En tant que principale association de commerçants du Grand-Duché, nous échangeons avec la LC sur les différents aspects du commerce de détail afin de faire remonter les enjeux de terrain pour nourrir les demandes vis-à-vis des pouvoirs publics sur les grands enjeux actuels :

Heures d'ouverture des commerces, travail dominical, problématique de l'absentéisme grandissant et des difficultés de recruter, lourdeur administrative et financière des nouvelles réglementations, poids des index, explosion des coûts de l'énergie, etc.

L'Observatoire national des PME (GIE)

Dans le cadre d'une convention l'UCVL bénéficie de l'accès aux données du « Cadastre du Commerce » développé dans le cadre de l'observatoire national des PME. L'outil pratique est Localize.lu. il comprend une carte interactive pour visualiser tous les points de vente du commerce de détail et de l'horeca au Luxembourg. Cet outil d'aide à la décision permet d'accompagner nos membres dans leurs stratégies d'implantation et d'expansion.

Ministère de l'Économie – Direction générale des Classes moyennes

L'UCVL informe et promeut auprès de ses membres et des nouveaux commerçants les aides existantes pour les entreprises: SME Packages – Services, SME Packages – Digital, SME Packages Sustainability, Aide à l'investissement, etc.

L'UCVL en concertation avec la ville demande les dérogations pour les heures d'ouvertures des commerces auprès du Ministère de l'Économie.

Ministère de la Famille

L'UCVL participe à la promotion du projet « heures silencieuses » dans les commerces afin d'encourager ses membres à rejoindre cette action inclusive.

Direction de la protection des Consommateurs

- Information à nos membres les législations en vigueur concernant l'indication des prix des produits et des services dans les commerces et lors des événements commerciaux.
- Distribuons à nos membres du guide pratique destiné aux professionnels.
- Promotion de l'adoption de la Charte Chèques-Cadeaux auprès des commerçants. Cette charte vise à renforcer

la confiance des consommateurs en garantissant que les commerces adhérents respectent des normes établies de transparence et de qualité de service.

Partenaires projets

Agence Nationale pour l'Information des Jeunes (ANIJ)

Collabore depuis deux ans avec l'ANIJ pour promouvoir la « Carte Jeunes » au Luxembourg. Cette carte, reconnue dans 30 pays européens, offre à plus de 7 millions de jeunes des avantages dans divers domaines tels que le shopping, les restaurants, le sport et les voyages.

L'UCVL encourage activement ses membres commerçants à devenir partenaires de la Carte Jeunes. En participant à ce programme, les commerçants bénéficient d'une visibilité accrue auprès de la clientèle jeune, tout en contribuant à l'attractivité de l'offre commerciale de la ville de Luxembourg.

Luxembourg Art Week

La Luxembourg Art Week s'est imposée comme un événement culturel majeur de la capitale luxembourgeoise, attirant chaque année de nombreux visiteurs passionnés d'art contemporain.

En complément de l'exposition principale, la Luxembourg Art Week propose deux parcours artistiques innovants dans l'espace urbain :

- Le «Sculpture Trail», un itinéraire ponctué de douze sculptures monumentales
- Le «Capsule Project», fruit d'une collaboration inédite avec l'Union Commerciale de la Ville de Luxembourg (UCVL). Cette initiative transforme les vitrines de boutiques temporairement inoccupées

du centre-ville en espaces d'exposition éphémères, présentant des œuvres d'artistes internationaux. Ce projet novateur, accessible jour et nuit, vise à rendre l'art contemporain plus accessible au grand public tout en revitalisant le paysage commercial urbain.

Cette synergie entre la Luxembourg Art Week et l'UCVL témoigne d'une volonté commune de dynamiser le centre-ville, alliant ainsi promotion artistique et revitalisation commerciale.

Luxembourg Urban Garden LUGA

L'UCVL a entamé une collaboration avec la LUGA pour concevoir des actions promotionnelles conjointes, visant à maximiser les retombées économiques locales de cette exposition exceptionnelle qui attirera de nombreux visiteurs dans la capitale. Cette synergie entre les commerçants et l'exposition horticole permettra de dynamiser l'activité commerciale et touristique, tout en mettant en valeur les atouts de la ville auprès des visiteurs attendus.



Service « A vos côtés »

Le service "à vos côtés" a été créé par l'association sans but lucratif Inter-Actions et financé par la ville de Luxembourg pour répondre au sentiment d'insécurité exprimé par les habitants.

L'équipe « à vos côtés » rassemble différents profils de médiateurs/ sportifs/ éducateurs, qui se donnent pour but de rassurer les habitants du quartier, en se plaçant visiblement « à leurs côtés », sur leurs trajets quotidiens, devant leurs écoles, leurs commerces ou leurs restaurants favoris, ou sur les lieux de rencontre.

Ce service est très apprécié des commerçants des quartiers Gare et Ville-Haute qui font appel régulièrement à leurs équipes. L'UCVL promeut activement ce service auprès des commerçants.



Représentations & Affiliations

- Luxembourg City Tourist Office
- Luxembourg Retail Fédération & Luxembourg Confédération
- Fédération Nationale des Vitrines de France
- Association de Management des Centres-Villes

Avec le soutien de



UCVL

Union Commerciale
Ville de Luxembourg

1, rue Philippe II
L-2340 Luxembourg
T. 22.62.60
info@cityshopping.lu

cityshopping.lu