

20/12/2017



Face au développement de nouvelles surfaces dans la région transfrontalière, le commerce au sud de la province risque de se trouver en péril...

Dans le triangle transfrontalier, l'appareil commercial donne des signes de saturation. La densité de mètres carrés commerciaux à l'échelle européenne y est une des plus fortes. En dix ans, plus de 72 % de surfaces commerciales supplémentaires ont été enregistrées du côté français et 50 % du côté luxembourgeois. Le sud de la province belge est à plus de 40 %.

En novembre, un tout nouveau complexe a ouvert ses portes à Metz (France), à moins de 90 kilomètres d'Arlon. Baptisé "Muse", il compte plus de 80.000 m<sup>2</sup> intégrant des commerces, du logement et des bureaux. Il a l'ambition d'accueillir 7 à 8 millions de visiteurs par an d'ici trois ans.

Ce projet inquiète nos voisins grand-ducaux qui ne cessent de capter une part de plus en plus importante du pouvoir d'achat des travailleurs frontaliers, parmi lesquels 30.000 viennent de la province de Luxembourg.

Actuellement, le Grand-Duché occupe le deuxième rang en Europe des pays avec le plus grand nombre de centres commerciaux par habitant. En 2018, un hypermarché Auchan ouvrira ses portes sur 75.000 m<sup>2</sup>, avec 130 boutiques. Il vise 10 à 11 millions de visiteurs par an. Cloche d'Or dépassera ses principaux concurrents que sont la Belle Étoile et le City Concorde, qui poursuit ses travaux d'agrandissement pour atteindre une centaine d'enseignes en 2018.

Le Luxembourg belge compte 600.000 m<sup>2</sup> commerciaux, soit 210 m<sup>2</sup> pour 100 habitants, alors que la moyenne nationale se situe à 150 m<sup>2</sup>. Dans le sud de la province, ce nombre dépasse les 500 m<sup>2</sup>. Parallèlement, les cellules vides augmentent de manière considérable. Et la part des achats sur internet double chaque année !

Des initiatives dans la province montrent que les acteurs du commerce sont en train de tourner la page de la distribution de masse... Selon une enquête menée lors du Weekend du client en septembre, le commerce qu'imaginent tant les chalandes que les commerçants pour 2020 est résolument "orienté client" et recherche sa compétitivité via sa capacité d'écoute et de satisfaction des attentes des clients. Avec en toile de fond une conviction profonde : repenser la ville de manière plus durable et connectée (smart city), avec un commerce parfaitement intégré.

Il est important que toutes les parties prenantes envisagent des solutions pour maintenir un commerce de qualité, des emplois durables, une concurrence saine et des villes et villages dynamiques. Le commerce, c'est l'affaire de tous : des commerçants et de leurs associations évidemment, des pouvoirs publics dont les communes principalement, des promoteurs.

La mise en place d'un Observatoire du commerce transfrontalier semble nécessaire. Elle doit s'accompagner de mesures urgentes de soutien aux commerçants de détail indépendants : l'allègement voire la suppression des taxes sur les commerces dans les centres-villes, l'octroi d'aides à la transformation digitale... La tenue d'Assises du commerce aura lieu en 2018.