



Commission de l'Economie

Procès-verbal de la réunion du 22 juin 2017

Ordre du jour :

1. Approbation des projets de procès-verbal des réunions du 25 avril et du 18 mai 2017
2. 6853 Projet de loi ayant pour objet
 1. la mise en place d'un régime d'aide à l'investissement à finalité régionale;
 2. l'acquisition et l'aménagement de terrains et de bâtiments pour des activités économiques;
 3. la modification de la loi modifiée du 27 juillet 1993 ayant pour objet
 - 1) le développement et la diversification économique;
 - 2) l'amélioration de la structure générale de l'économie

- Rapporteur : Monsieur Fränk Arndt

- Examen de l'avis complémentaire du Conseil d'Etat
3. Echange de vues avec Madame la Secrétaire d'Etat à l'Economie aux sujets de "la diversification des commerces ainsi que l'attractivité et le développement des centres-villes" (demande du groupe CSV)

*

Présents : Mme Diane Adehm, M. Gérard Anzia, Mme Anne Brasseur remplaçant Mme Simone Beissel, Mme Tess Burton, M. Félix Eischen, Mme Joëlle Elvinger, M. Léon Gloden, M. Claude Haagen, Mme Françoise Hetto-Gaasch, M. Laurent Mosar, M. Roy Reding

Mme Francine Closener, Secrétaire d'Etat à l'Economie

M. Gilles Scholtus, M. Christian Schuller, M. Tom Theves, Mme Stéphanie Wagemans, du Ministère de l'Economie

M. Timon Oesch, de l'Administration parlementaire

Excusés : M. Fränk Arndt, M. André Bauler, M. Franz Fayot

*

Présidence : Mme Joëlle Elvinger, Vice-Présidente de la Commission

*

1. Approbation des projets de procès-verbal des réunions du 25 avril et du 18 mai 2017

Les projets de procès-verbal susmentionnés sont approuvés.

2. 6853 Projet de loi ayant pour objet

- 1. la mise en place d'un régime d'aide à l'investissement à finalité régionale;**
- 2. l'acquisition et l'aménagement de terrains et de bâtiments pour des activités économiques;**
- 3. la modification de la loi modifiée du 27 juillet 1993 ayant pour objet**
 - 1) le développement et la diversification économique;**
 - 2) l'amélioration de la structure générale de l'économie**

- Examen de l'avis complémentaire du Conseil d'Etat

La Commission de l'Economie constate que l'avis complémentaire du Conseil d'Etat est de nature à permettre la rédaction d'un projet de rapport. Elle fait sienne la proposition d'intitulé du Conseil d'Etat.

Monsieur le Rapporteur est invité à présenter son projet de rapport lors de la prochaine réunion.

3. Echange de vues avec Madame la Secrétaire d'Etat à l'Economie aux sujets de "la diversification des commerces ainsi que l'attractivité et le développement des centres-villes" (demande du groupe CSV)

Le groupe parlementaire CSV est invité à motiver sa demande de mise à l'ordre du jour.

Suite à une interjection afférente, l'orateur du groupe CSV tient à souligner que l'attractivité des centres-villes et leur développement ne serait pas du seul domaine de compétences des autorités communales et qu'il ne disposerait pas d'un remède miracle, six éléments mériteraient toutefois davantage d'attention dans ce contexte :

- 1) Introduction d'un droit de préemption au profit des autorités communales pour leur permettre dans certaines situations d'intervenir ;
- 2) Permettre aux communes de désigner des rues qui, obligatoirement, devraient héberger une « multitude d'activités commerciales », de sorte à pouvoir refuser l'établissement de commerces déjà surreprésentés dans pareille zone ;
- 3) Heures d'ouverture des commerces, notamment dans la soirée ;
- 4) Grandes surfaces commerciales à venir ;
- 5) Gestion des chantiers en ville et compensation du manque à gagner des commerçants lors de grands chantiers ;
- 6) Sécurité et salubrité publique dans les centres-villes et introduction du « Platzverweis ».

En renvoyant aux chiffres macro-économiques, Madame la Secrétaire d'Etat tient à éclaircir le tableau brossé du secteur du commerce de détail. Ainsi, entre l'année

2000 et 2014 le chiffre d'affaires dans ce secteur a progressé de 20%. Cette progression n'évolue, toutefois, plus au même rythme que l'accroissement de la population. Le changement qui a lieu dans ce secteur est lié au développement impressionnant du **commerce électronique**. Le Ministère souhaite aider les commerçants à s'adapter à cette évolution technologique qui a commencé à induire des changements notables dans le comportement des consommateurs. Egalement les grandes surfaces sont confrontées à ce défi. Une enquête finalisée en 2015 par le Ministère montre que ce sont principalement les centres-villes qui souffrent de cette tendance : en trois ans le nombre de clients visitant les centres-villes a baissé de 39%. Ce recul est le plus prononcé parmi les jeunes clients.

Entretemps plus de 80% des habitants du Luxembourg ont recours à des plateformes de vente disponibles sur internet, mais seulement 9% des commerces au Luxembourg ont une offre « online ». L'oratrice juge cet écart – et retard – comme préoccupant du moment qu'il y a lieu de constater que pour la nouvelle génération de consommateurs, l'information et la comparaison préalable sur internet et l'achat électronique sont quelque chose de naturel. Même si ces « digital natives » n'ont pas encore atteint leur plein pouvoir d'achat, il est impératif de s'adapter d'ores et déjà à cette nouvelle réalité.

La concurrence des régions limitrophes en termes de prix est un autre élément qui joue contre le commerce au Luxembourg, même s'il s'agit souvent d'une appréciation subjective des consommateurs. Les **restrictions territoriales de l'offre** auxquelles le commerce au Luxembourg est soumis constituent par contre un désavantage réel et le Gouvernement continuera à insister auprès de la Commission européenne afin qu'elle donne des suites à ses paroles de vouloir résoudre cette entrave. Ainsi, le Ministère a réalisé une enquête dans le cadre du Benelux ayant connu une forte participation des commerces au Luxembourg, qui ont indiqué de nombreuses difficultés concrètes rencontrées avec leurs fournisseurs en Belgique ou aux Pays-Bas. L'écho était par contre faible auprès des commerciaux belges ou néerlandais.

Une réelle faiblesse contre laquelle rien n'empêche les propriétaires et gérants de commerces au Luxembourg d'agir de leur propre initiative est la **qualité du service** offert à la clientèle. Des études ont démontré qu'il s'agit, directement après la question du niveau des prix, de la plus importante raison d'insatisfaction des clients.

Trois facteurs sont indiqués par les insatisfaits : l'impossibilité de s'exprimer dans leur propre langue ; l'absence ou l'insuffisance de conseils ou de guidance au préalable de l'achat ; la gentillesse ou politesse.

Les heures d'ouverture, évoquées comme problème par les initiateurs de la demande de mise à l'ordre du jour, se placent loin derrière ces trois principaux facteurs d'insatisfaction.

Deux de ces trois problèmes pourraient être atténués voire résolus par une formation adéquate du personnel. En ce qui concerne un comportement plus attentif, poli ou amable à l'égard du client, une seule formation ou un rappel de règles comportementales élémentaires ne suffirait cependant pas. Il s'agirait plutôt d'une certaine attitude intérieure qui devrait être adoptée par le personnel, voire les commerçants eux-mêmes, et à laquelle devrait être veillée. Néanmoins, le Ministère souhaite prêter main forte au secteur du commerce également à ce niveau.

Par endroits, notamment au centre de la Ville de Luxembourg, la hauteur des **loyers** exigés est une entrave au maintien ou à la naissance d'une offre commerciale diversifiée. Ce problème se pose toutefois avec nettement moins d'acuité dans d'autres villes du Luxembourg. Néanmoins, avec le projet de loi portant sur le bail commercial et en cours d'instruction dans la présente commission, une réponse légale a été proposée et le Gouvernement continue à être ouvert aux propositions parlementaires.

Avec le « **Pakt PRO Commerce** » présenté et signé l'année passée,¹ le Gouvernement s'attaque également par des mesures et actions directes aux principaux problèmes évoqués ci-avant.

Ainsi, un « Digital Market Place » sera loué. Un appel d'offre afférant a été lancé. L'objectif est de rendre cette plateforme internet opérable en automne. Le coût annuel pour le commerçant de cette offre se situera à seulement 500 euros. Il s'agit d'une opportunité offerte à ces commerçants qui n'ont pas le temps, les connaissances ou les moyens de se doter d'une boutique « online ».

Un projet pilote vient d'être lancé visant à s'attaquer à la problématique de la qualité du service. Le Ministère de l'Economie financera l'analyse, durant une semaine par un conseiller externe, des relations du commerce participant avec ses clients. Des recommandations concrètes en résulteront.²

L'oratrice rappelle, en outre, que son Ministère octroie régulièrement des **aides financières** aux PME qui réalisent des investissements dans leur commerce. La mise en œuvre des recommandations ci-avant évoquées sera ainsi également subventionnée.

Pour ce qui est des **grandes surfaces**, l'oratrice rappelle que déjà la pratique d'autorisations actuelle du Luxembourg face aux grandes surfaces est vue d'un mauvais œil par la Commission européenne. Il semble toutefois, compte tenu de la croissance continue de la population, que le pays n'est pas encore saturé dans ce domaine et les investisseurs n'hésitent pas encore à introduire ou à maintenir de nouvelles demandes ou de lancer de nouveaux projets comme celui du Royal Hamilius qui semble quand même faire du sens, du moment qu'il s'agit de renforcer l'attractivité du centre-ville.

Pour ce qui est de la **gestion des chantiers** sur le territoire de la Ville de Luxembourg, l'oratrice donne à considérer qu'il s'agit d'une problématique qui ne relève pas de son domaine de compétences.

Concernant la **sécurité publique** à garantir, Madame la Secrétaire d'Etat précise qu'elle n'appuie pas l'idée de doter la Police Grand-Ducale du pouvoir d'ordonner un « Platzverweis ». Les situations à certains endroits de la Ville de Luxembourg décrites comme « chassant la clientèle » appartiennent en partie déjà au passé. Elles résultent largement du sous-effectif de la Police stationnée sur le territoire de la Ville de Luxembourg. Les agents disponibles pour intervenir rapidement et préventivement faisaient tout simplement défaut. Les décisions nécessaires pour remédier à cette problématique ont été prises. Dès que des réactions rapides aux

¹ Pour plus de détails, il est renvoyé au communiqué de presse du Gouvernement joint au présent procès-verbal.

² Voir à ce sujet, les premières explications afférentes lors de la réunion de la Commission de l'Economie du 30 mars 2017.

appels des commerçants ou habitants auront à nouveau lieu l'impression de laisser-faire et le sentiment d'impuissance décrit appartiendront au passé. La présence de clochards dans une ville ne serait toutefois pas anormale et loin d'être le principal problème des commerçants dans la Ville de Luxembourg.

A première vue, l'idée d'un **droit de préemption** serait « sympathique » en ce qu'un tel droit pourrait aider certaines autorités communales à maintenir des locaux commerciaux qui risqueraient, faute d'occupation, d'être affectés à une autre finalité. La faisabilité, les conséquences et l'utilité réelle de la création d'un tel droit devraient toutefois être examinées.

Débat :

- **Accepter et s'adapter.** Une intervenante, renvoyant à sa propre expérience familiale et à sa connaissance de l'histoire contemporaine du commerce de détail de la capitale, donne à considérer que certaines enseignes jadis bien connues ont simplement disparu faute d'héritier prêt à persévérer dans la tradition familiale. Que des chaînes commerciales internationales occupent ces surfaces commerciales devenues vacantes ne serait pas un phénomène typiquement luxembourgeois, mais serait également à constater à l'étranger. Ce serait un aspect de la mondialisation. La résistance des commerçants à certains changements ne serait pas non plus nouvelle. L'oratrice évoque une série d'exemples, tels que l'établissement du premier supermarché au centre-ville, avec également le premier escalier roulant qui faisait sensation auprès des consommateurs, jugé comme une concurrence intolérable par la majorité des commerçants puis comme un attrait supplémentaire pour le centre-ville et dont la fermeture, il y a quelques années, a été vivement déplorée. De la sorte, l'oratrice estime qu'une caractéristique du milieu commercial serait sa forte résistance au changement. Afin de survivre, il y aurait toutefois lieu d'observer objectivement les changements qui se mettent en œuvre et d'en tirer parti ;
- **Besoins de base.** Un intervenant tient à souligner qu'il continue à être d'avis que les autorités doivent veiller à une offre très variée de magasins dans les centres-villes, afin que le consommateur puisse y satisfaire ses besoins de base : il s'agit ainsi d'éviter que les consommateurs tournent leur dos à la ville, puisque de toute manière ils doivent s'adresser en premier lieu aux centres commerciaux à l'extérieur de la ville et à des plateformes de vente sur internet, voire à des villes avec une offre plus variée dans la Grande-Région.

Un député donne à considérer que pour qu'une grande variété de commerces puisse survivre au centre-ville, il importe de prime abord qu'une clientèle potentielle soit attirée par ce centre-ville. Il souligne l'intérêt pour une ville de disposer de certaines « locomotives », à savoir de grandes marques connues qui, dans un large rayon géographique, ne se trouvent que dans cette commune ;

- **Chantiers.** Un intervenant insiste pour dire que la multitude et surtout la durée des différents chantiers sur le territoire de la Ville de Luxembourg serait un réel problème pour l'attractivité de la ville. A son avis, cette problématique serait moins prononcée dans d'autres villes européennes. Il serait important d'analyser cette problématique de plus près afin de parvenir à une gestion et une organisation plus efficace de ces chantiers.

De toute manière, en ce qui concerne l'accessibilité de la Ville de

Luxembourg, l'impression subjective des visiteurs de la ville aurait déjà viré à la négative. Aussi, beaucoup de clients traditionnellement tournés vers la Ville de Luxembourg s'auraient réorientés ou risqueraient d'être perdus définitivement pour le commerce local ;

- **Filiales de chaînes internationales.** La présence de plus en plus massive de filiales de chaînes internationales au centre de la Ville de Luxembourg est critiquée comme évinçant le traditionnel commerce local au prix de la spécificité de la ville et en uniformisant son offre commerciale à l'image d'autres centres de capitales de par le monde.

Il est répliqué que cette présence témoigne de l'attractivité internationale de la capitale et qu'il serait impossible de refuser l'implantation d'une filiale pour la seule et unique raison qu'il s'agit d'une chaîne déjà présente à l'identique dans une autre ville européenne ;

- **Heures d'ouverture.** Il est confirmé qu'une étude a été commanditée auprès du LISER³ au sujet de la problématique des heures d'ouverture et que cette étude poursuit son chemin. L'état des lieux a déjà été dressé et une comparaison avec les Etats voisins a été effectuée. L'étape en cours consiste en des enquêtes sociales auprès des employeurs et employés.

Par ailleurs, durant les jours ouvrables, un problème de rigidité légale ou réglementaire ne se poserait pas vraiment. Les commerçants étant d'ores et déjà libres d'ouvrir jusqu'à vingt heures, la critique qu'une majorité fermerait ses portes à 18.00 heures au plus tard ne saurait être adressée au législateur ou à l'exécutif.

Un besoin de légiférer se poserait néanmoins. Ceci, en raison d'un récent arrêt de la Cour constitutionnelle qui a jugé contraire à la Constitution que les gérants de stations de service peuvent vendre des articles de boulangerie 24/24 heures, tandis qu'une boulangerie au sens propre du terme ne dispose pas de cette liberté.

Une intervenante donne à considérer que bon nombre de commerçants ont refusé l'offre de s'installer dans une galerie commerciale d'un « shopping centre » pour la simple raison des contraintes y liées, contraires à leur idéal ou esprit d'indépendant. Ces entrepreneurs préféreraient des locaux où ils sont libres d'ouvrir et de fermer comme ils l'entendent. Elle rappelle que l'initiative sur base volontaire de prolonger collectivement l'heure d'ouverture les jeudis afin d'augmenter l'attractivité du centre de la Ville de Luxembourg a échoué ;

- **Langue de communication.** Concernant les critiques évoquées de la clientèle souhaitant s'exprimer dans leur propre langue, il est renvoyé à la situation linguistique complexe du Luxembourg et en particulier de la Ville de Luxembourg avec sa large majorité de résidents étrangers et un personnel de vente issu surtout des pays voisins francophones. Il serait pratiquement impossible de satisfaire tout un chacun dans sa langue maternelle. A peine 35% des résidents de la Ville de Luxembourg seraient encore des Luxembourgeois, quelque 15% sont des Portugais, suivi de Français, d'Italiens, de Belges, d'Allemands, d'Anglais, d'Espagnols, de Polonais etc..

Madame la Secrétaire d'Etat donne à considérer qu'il ne s'agit pas d'exiger que le personnel de vente employé au Luxembourg parle parfaitement le luxembourgeois. En général, certaines connaissances élémentaires

³ Luxembourg Institute of Socio-Economic Research.

suffisent à témoigner du respect aux clients de langue luxembourgeoise, leur démontrent que le vendeur a fait un effort pour comprendre sa clientèle et qu'il est conscient de la problématique linguistique. Un exemple positif à ce niveau aurait été l'action de formation linguistique d'une entreprise, dont le personnel afférent était doté d'une broche avec l'inscription : « Ech léiere lëtzebuergesch. » ;

- **Parkings.** Un député souligne comme crucial la disponibilité d'aires de stationnement à proximité des zones commerciales des villes ou villages, condition préalable pour la plupart des clients potentiels avant même de songer à se déplacer pour leurs achats dans un centre-ville. Les autorités communales pourraient y remédier sous deux conditions : disponibilité de terrains afférents et disponibilité de moyens financiers. Concernant cette dernière condition, une réelle différence entre des petites communes et la Ville de Luxembourg existerait. Faute de capacités financières, certaines possibilités à ce niveau ne seraient pas réalisées. L'Etat devrait être disposé à subventionner davantage des infrastructures indirectement liées à l'attractivité des centres-villes ;
- **Plan d'aménagement général (PAG).** Une intervenante tient à préciser que le PAG Vago (Ville de Luxembourg) a déjà été adapté afin de tenir compte du risque de la perte de locaux commerciaux dans les traditionnelles rues commerciales. Ainsi, un rez-de-chaussée aménagé en local commercial devrait rester affecté à cette fin. En plus, 25% de l'immeuble en question devrait être destiné à des fins d'habitation. Cette disposition serait toujours en vigueur. L'idée aurait été de continuer de maintenir de la population résidente en Ville-Haute. Sans ces adaptations du PAG, il serait fort à parier qu'aucune vitrine de commerce de détail n'aurait subsisté dans la Ville-Haute. Or, le respect effectif de ces dispositions dans la réalité serait souvent difficile à assurer. Ainsi, la surface d'habitation exigée dans des immeubles à rez-de-chaussée commercial ne serait trop souvent pas louée, mais *de facto* employée comme surface de stockage ;
- **Qualité du service.** Tout en concédant qu'au niveau de la qualité du service de grands efforts restent à faire au Luxembourg, une intervenante voit mal comment une intervention de l'Etat à ce niveau pourrait apporter une amélioration. A son avis, les expériences négatives décrites par les clients se réfèrent le plus souvent à des commerces qui ne sont pas ou plus gérés par le propriétaire lui-même ou où le patron est absent. Il s'agirait de sensibiliser les propriétaires à ces déficiences afin qu'ils puissent réagir, par exemple, par un plan de formation adapté. S'il s'agit de chaînes internationales, il serait difficile de motiver le gérant salarié, aussi longtemps que le chiffre d'affaires fait pour le groupe se situe dans les attentes et qu'il est satisfait de son salaire, d'œuvrer pour une amélioration. Pareilles initiatives devraient toutefois venir du secteur lui-même, des unions commerciales respectives.

Il est répliqué que ce phénomène de boutiques menées par des gérants et non par le patron existe également dans d'autres capitales. Une intervenante, renvoyant à l'exemple d'une chaîne US-américaine, souligne que de réelles différences dans la qualité du service en fonction du pays dans lequel se trouve la filiale respective existent. Elle estime qu'il s'agit d'une question de mentalité ou d'attitude. Sans aucun conteste des améliorations seraient à réaliser à ce niveau au Luxembourg.

Un député tient à ajouter que la problématique de la survie du commerce

local se pose également dans les communes rurales. Ce n'est que par la qualité de leur service et de leur valeur ajoutée à ce niveau (conseils, livraison-montage, service après-vente, etc.) qu'ils savent survivre à la concurrence de l'offre disponible 24/24 heures et 7/7 jours sur l'internet. C'est dans ce sens qu'il salue également l'initiative du pacte « PRO Commerce » présentée par le Gouvernement.

Une députée invite Madame la Secrétaire d'Etat à insister davantage auprès des Unions commerciales qu'elles accordent davantage d'importance à la formation de leur personnel de vente qui, majoritairement issu des régions frontalières, n'aurait aucun lien avec le pays, ignore ces produits de même que les besoins, goûts et attitudes de ses consommateurs. Ainsi, par exemple, un sommelier français aurait tendance à proposer de prime abord des vins français, produits qu'il connaîtrait à la différence de ceux de la région viticole luxembourgeoise.

Madame la Secrétaire d'Etat renvoie à l'initiative « Guide fir een Dag » récemment présentée dans le cadre du « Nation Branding ». Celle-ci viserait précisément à répondre au constat qu'un très grand nombre de personnes travaillant et vivant au Luxembourg n'auraient aucun lien ou aucune attache à ce pays autre que leur emploi et se confindraient à leur propre communauté;

- **Restrictions territoriales de l'offre.** Un intervenant estime que l'Etat devrait prêter main forte à un commercial se sentant lésé et l'aider à ester en justice contre ces restrictions territoriales de l'offre, inadmissibles dans un marché intérieur unique. Madame la Secrétaire d'Etat recommande d'attendre les conclusions de l'étude BeNeLux évoquée en entrée et la réaction de la Commission européenne à cette étude. Elle concède que cette problématique devrait enfin être résolue ;
- **Sécurité.** Un intervenant insiste que le sentiment de se sentir à l'aise et en sécurité en Ville de Luxembourg s'est détérioré ces dernières années et renvoie à des échos de citoyens qui lui font part de cas de mendicité agressive, d'escroqueries, de comportements inappropriés. Il y aurait lieu de prendre ce sentiment au sérieux puisqu'il guide le choix de ces consommateurs potentiels.

Un député juge ladite critique comme exagérée et tient à signaler que jusqu'à présent il ne s'est jamais senti mal à l'aise au centre de la capitale.

Conclusion :

Madame la Vice-Présidente résume brièvement la discussion. Elle note que l'assistance semble d'accord avec le constat que le monde commercial traverse un profond changement, lié notamment à l'émergence massive du commerce électronique. Pourtant, des améliorations sensibles à l'avantage du commerce local pourraient et devraient être obtenues. Cet effort devrait principalement se situer au niveau de la qualité de service offerte par le commerce de détail. Aussi, les initiatives du Gouvernement visant à soutenir le secteur du commerce dans cet effort ont été saluées par les intervenants. Il n'en resterait pas moins que les commerçants seraient des indépendants et davantage de dirigisme dans ce secteur, l'oratrice renvoyant à la problématique des heures d'ouverture, risquerait d'être contre-productif.

Luxembourg, le 24 juillet 2017

Le Secrétaire-administrateur,
Timon Oesch

La Vice-Présidente de la Commission de l'Economie,
Joëlle Elvinger

Annexe :

- Communiqué « Francine Closener a présenté un « Pakt PRO Commerce » pour soutenir et développer le commerce de détail », 2 pp..



Francine Closener a présenté un "Pakt PRO Commerce" pour soutenir et développer le commerce de détail

Communiqué – Publié le 15.04.2016 (15:41)

© MECO



(de g. à dr.) Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de commerce; Francine Closener, secrétaire d'État à l'Économie; Fernand Ernster, président de la CLC

Lors d'une conférence de presse en date du 15 avril 2016, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, a présenté un "Pakt PRO Commerce" pour le soutien et le développement du commerce de détail représentant 3.153 entreprises et qui emploie 23.000 salariés.

Entre 2000 et 2014, le chiffre d'affaires en volume dans le commerce de détail a progressé de près de 20%. Cette évolution n'a pas suivi la dynamique de la croissance de la population (+29,8%) pendant la même période. Pour la seule année 2014, les recettes en matière de TVA auraient été environ 30 millions d'euros plus élevées si l'évolution du chiffre d'affaires avait suivi celle de la population.

Élaboré en commun par le ministère de l'Économie, la Chambre de commerce et par la Confédération luxembourgeoise du commerce (CLC), le pacte comporte 5 champs d'action:

- l'analyse: afin de mieux orienter et piloter les différentes actions, il sera constitué une base de données quantitatives et qualitatives complète, régulièrement mise à jour, tant sur les comportements d'achat des consommateurs que sur l'équipement commercial;
- la digitalisation: s'inscrivant dans la stratégie «Digital Lëtzebuerg», ce volet vise à sensibiliser les commerçants aux défis et opportunités qu'offrent aujourd'hui les outils des TIC dans le développement de leurs concepts commerciaux. En parallèle, il s'agira d'élaborer pour le secteur du commerce de détail une stratégie et une présence digitale nationale commune. Cette plateforme pourrait constituer à terme la vitrine du commerce de détail national et aussi d'autres secteurs intéressés;
- le commerce urbain: ce volet vise à soutenir la professionnalisation des politiques communales en matière de développement commercial et économique afin de rendre les centres des villes plus attractives et dynamiques;
- la culture du service: il s'agit d'appuyer l'évolution vers une «société du service» et de développer une stratégie de sensibilisation des entreprises à l'importance du service de haute qualité dans une approche managériale;
- la promotion économique: initier une action de marketing et de communication pour pérenniser le positionnement du Luxembourg en tant que lieu d'achat de référence dans un contexte transfrontalier.

La secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, a déclaré: "Avec ce pacte, nous harmonisons et concrétisons notre collaboration avec la CLC et la Chambre de commerce pour dynamiser ensemble le commerce national. Ce secteur à multiples facettes dispose encore d'un potentiel de croissance considérable. À l'instar du tourisme, d'autres secteurs vont profiter des actions à la base de ce pacte. La

revitalisation des centres des villes contribuera aussi à atteindre nos objectifs en matière de Nation Branding."

Lors de la conférence de presse, le président de la CLC, Fernand Ernster, a dit: "L'évolution des habitudes de consommation, le commerce en ligne ou la concurrence transfrontalière nous forcent à quitter les chemins traditionnels du commerce classique. Le pacte nous amène à adopter une nouvelle stratégie dans le commerce de détail, notamment dans le domaine de la digitalisation qui devrait être considérée comme une opportunité et non comme une menace."

Le directeur général de la Chambre de commerce, Carlo Thelen, a déclaré: "Le Pakt PRO Commerce est une suite logique et évidente du 4^e plan d'action en faveur des PME qui a été présenté récemment. En travaillant sur les différents champs d'action du pacte, nous allons améliorer le cadre propice nécessaire à la création et au développement du commerce de détail."

Communiqué par le ministère de l'Économie

Organisation(s) :

- [Ministère de l'Économie](#)

Thème(s) :

- [Économie / Finances](#)
- [Tourisme / Loisirs](#)

Plus ...

Actualités

- [Pakt PRO Commerce](#)

Dernière mise à jour: 15.04.2016 (15:42)

 **renov** Copyright © Service information et presse