

# Le tissu commercial de la Ville de Luxembourg

22 avril 2026

# Les tendances nationales du Secteur alimentaire 2019-26

## Alimentation & Boissons



+150 (+22,5 %)  
+44K m<sup>2</sup> (+14,3 %)

Depuis 2025: +34 (+4,3 %)

## Artisanat alimentaire



Boucheries: -14 (-13,7 %)  
Boulangeries: -7 (-2,8 %)

Depuis 2025: +6 (+1,8 %)

# Les tendances nationales du Commerce de détail 2019-26



## Mode & Beauté

-126 (-12,5 %)  
-3K m<sup>2</sup> (-1,2 %)



## Loisirs et Culture

-10 (-2,7%)  
+4,5K m<sup>2</sup> (+4,5 %)



## Équipement du foyer

-3 (-0,3%)  
-34K m<sup>2</sup> (-10,6 %)



## Autre

+22 (+7,1 %)  
m<sup>2</sup> constants

# Les tendances nationales du Secteur Horeca 2019-26



## Restauration

Restaurants: +33 (+2,7 %)

Fast Food & Snacks: +123 (+45,2 %)

Depuis 2025: +14 (+0,9 %)



## Bars & Cafés

-91 (-11,2 %)

Depuis 2025: -16 (-2,2%)

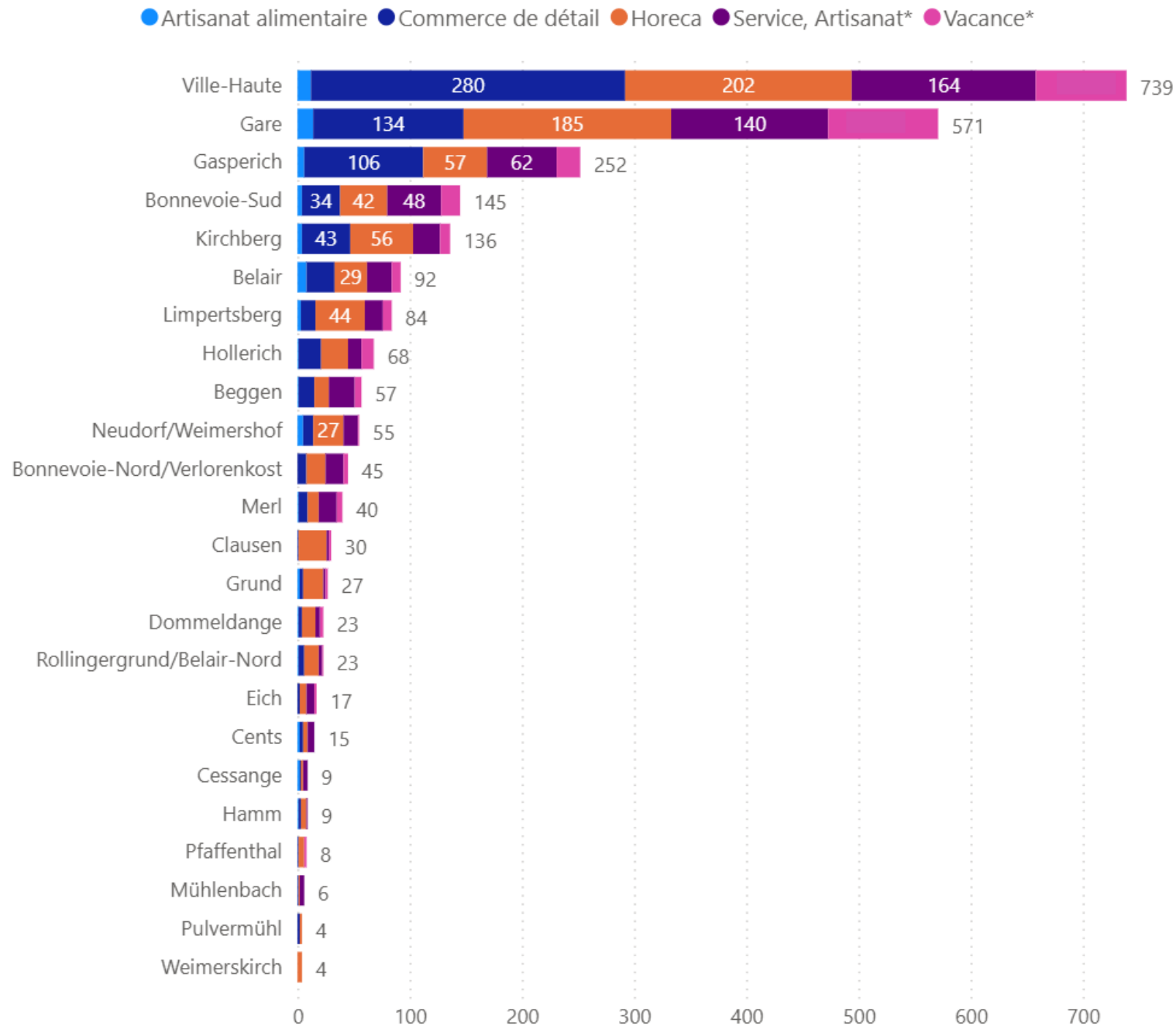
# Le tissu commercial de la Ville de Luxembourg

À noter :

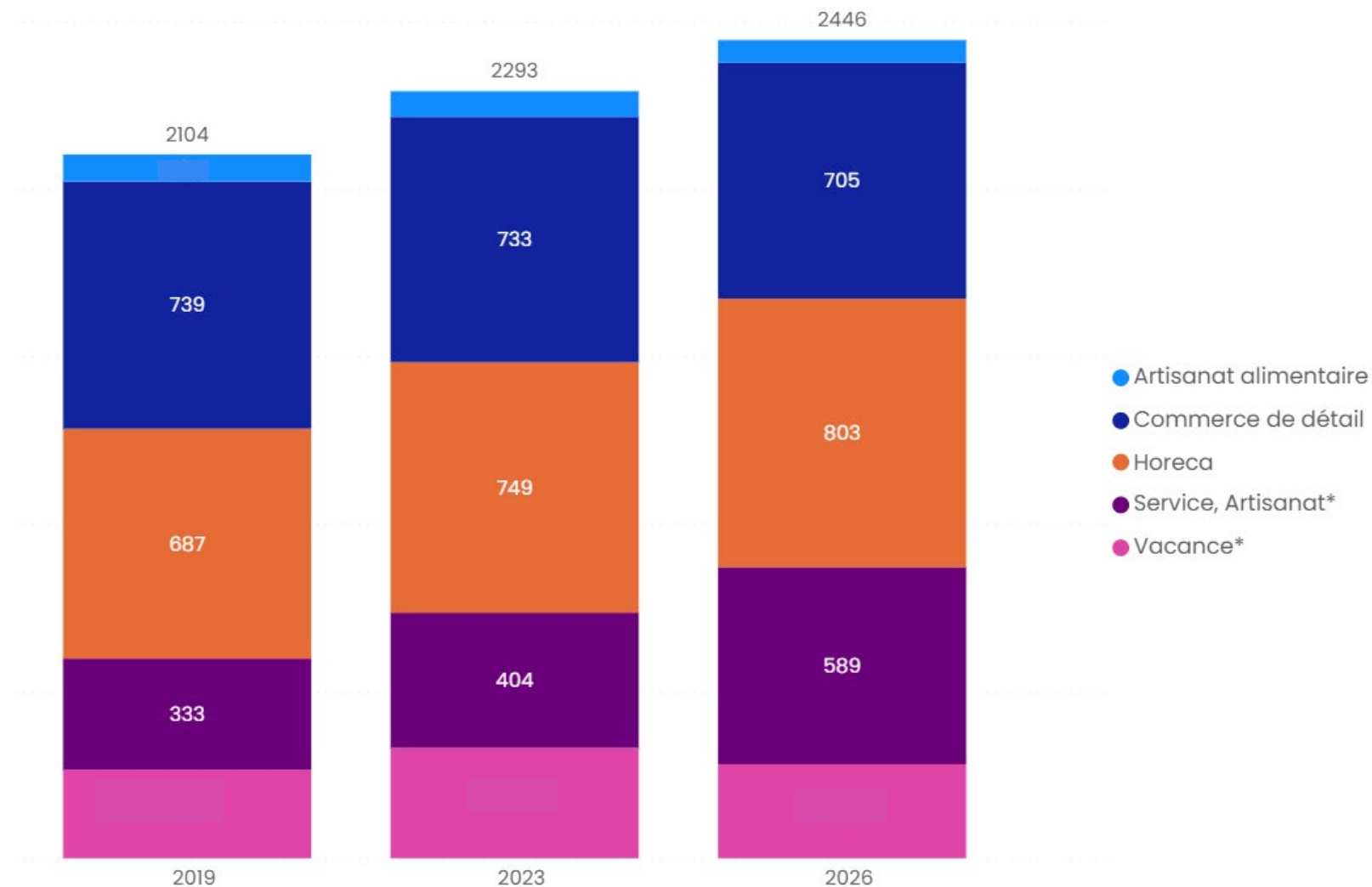
Les secteurs marqués d'un \* sont recensés uniquement dans les zones commerciales principales et ne seront pas analysés en détail.

La première base (2019) inclut déjà les surfaces du Cloche d'Or Shopping Center.

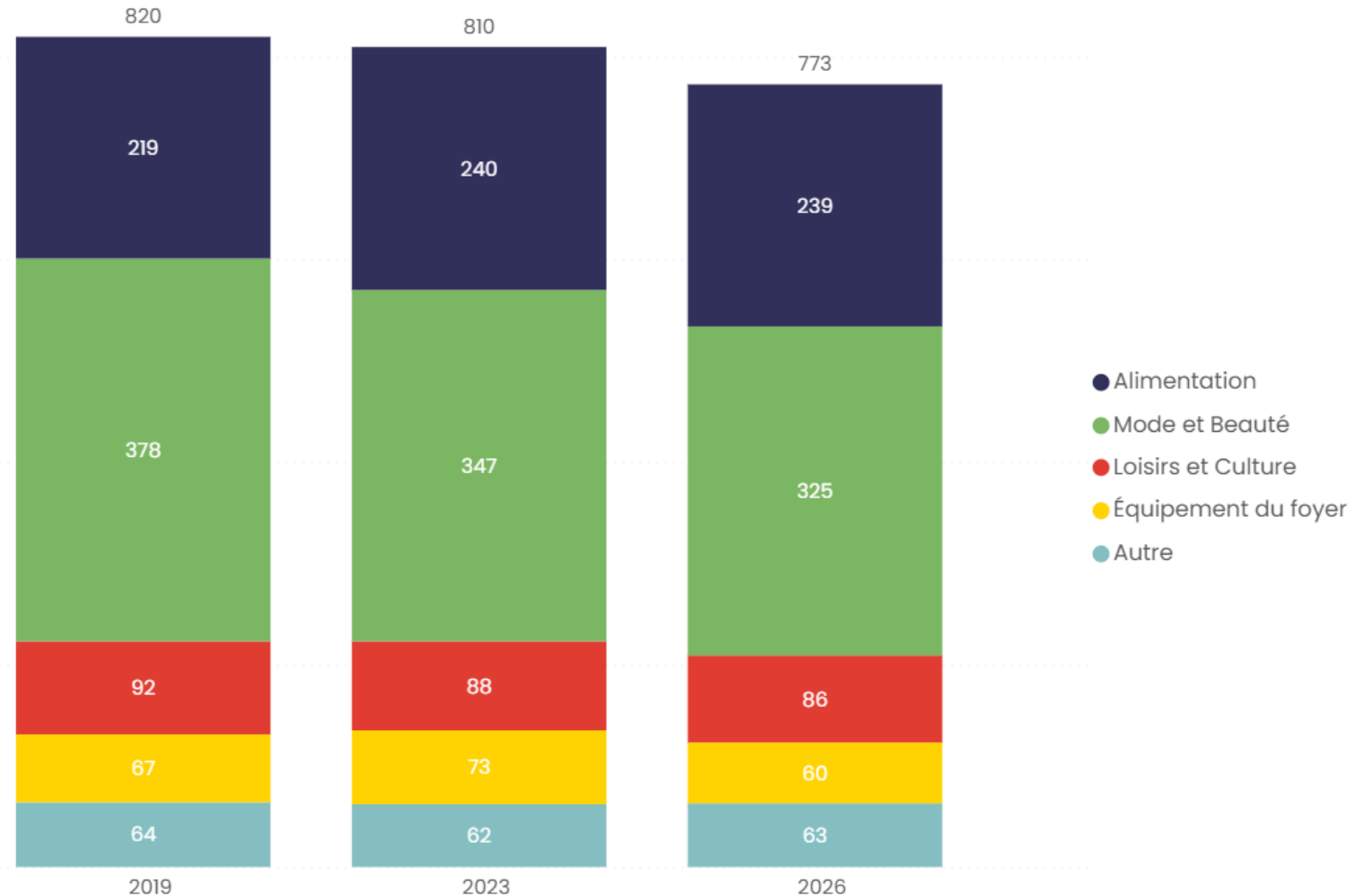
POI par quartier



La Ville de Luxembourg a connu un léger recul du nombre de points de vente du commerce de détail, surcompensé par la croissance de l'horeca et des services.



# Cette diminution provient principalement du secteur des magasins de mode et beauté.

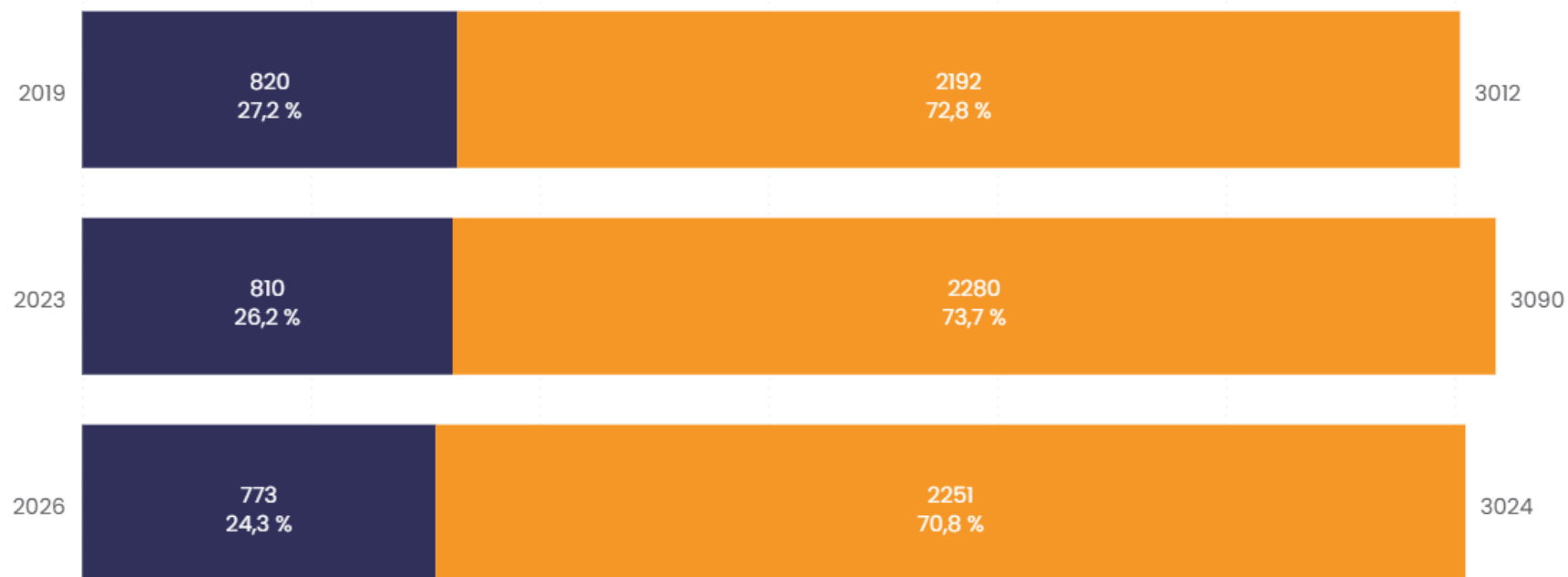


# Le tissu commercial national

## entre 2019 et 2026

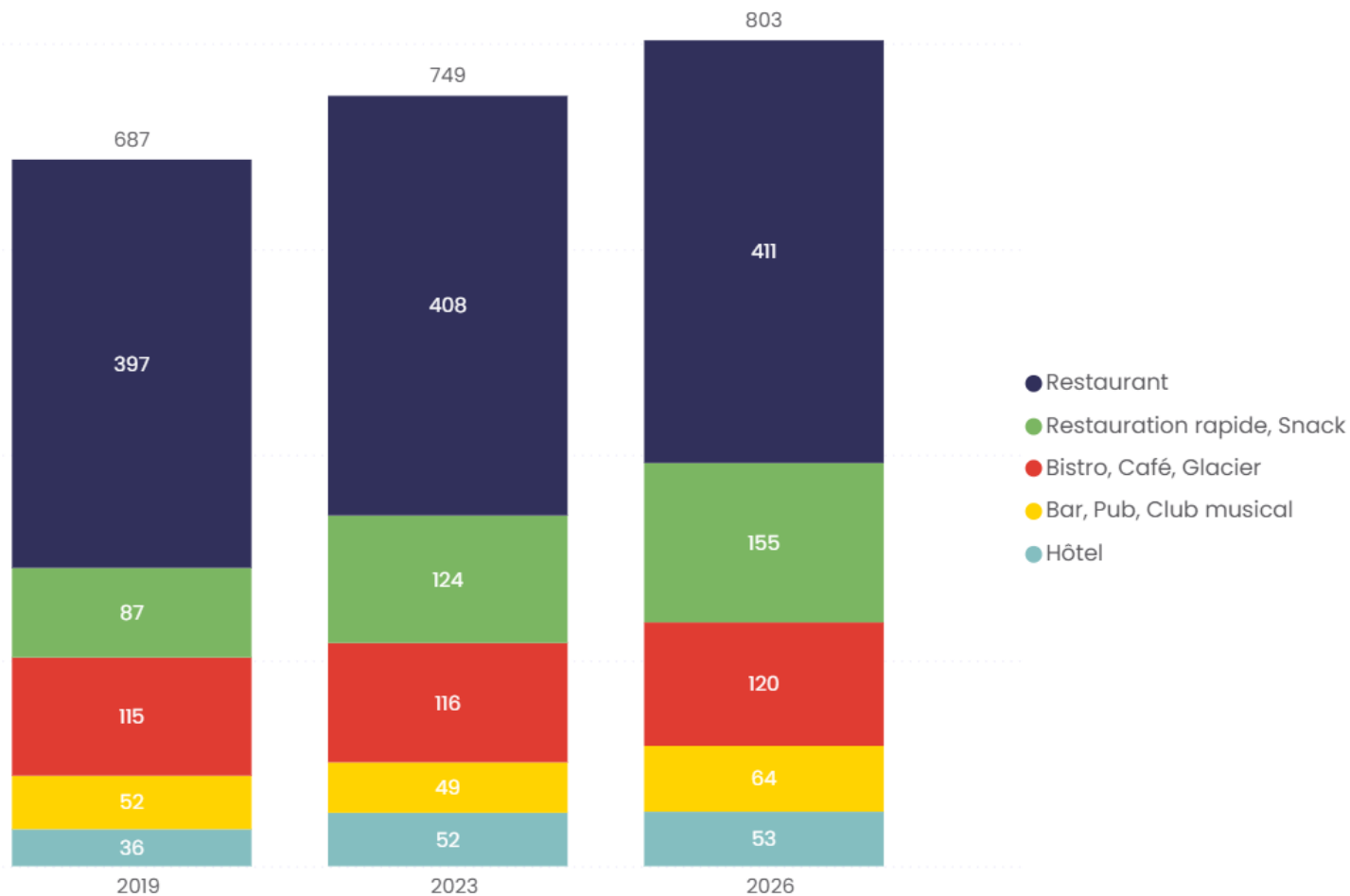
### Points de vente du commerce de détail et de l'artisanat alimentaire

● Ville de Luxembourg ● Autres communes du Grand-Duché de Luxembourg



# Au niveau de l'horeca, une progression générale est observée, en parallèle avec la croissance démographique.

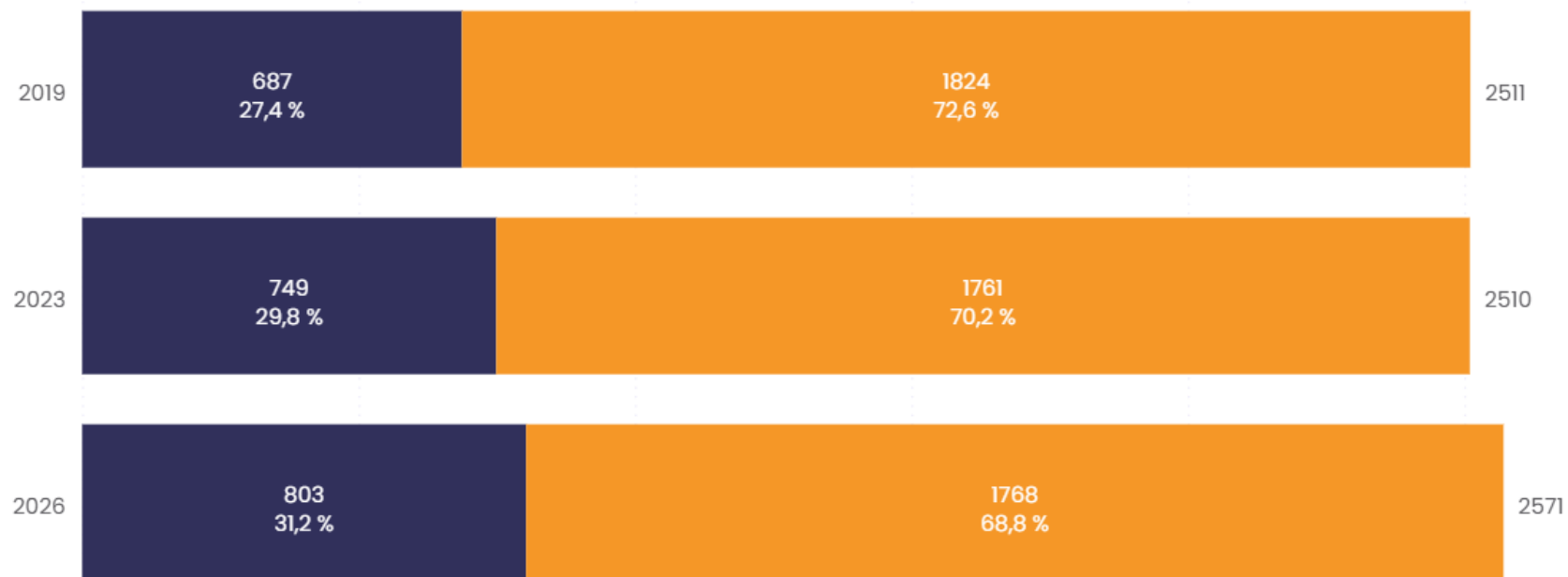
La tendance vers la restauration rapide et les snacks, observée au niveau national, se confirme également en Ville de Luxembourg.



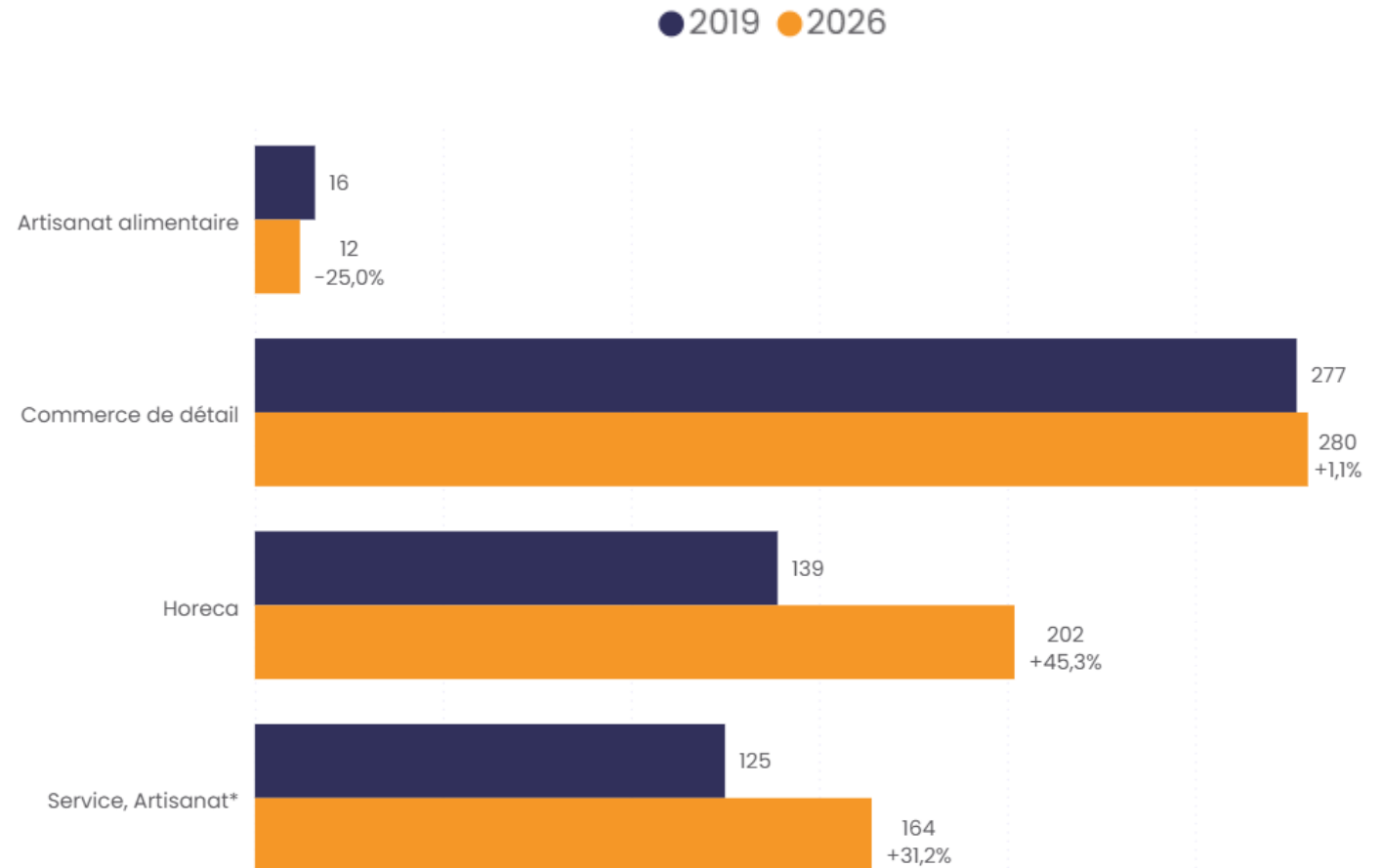
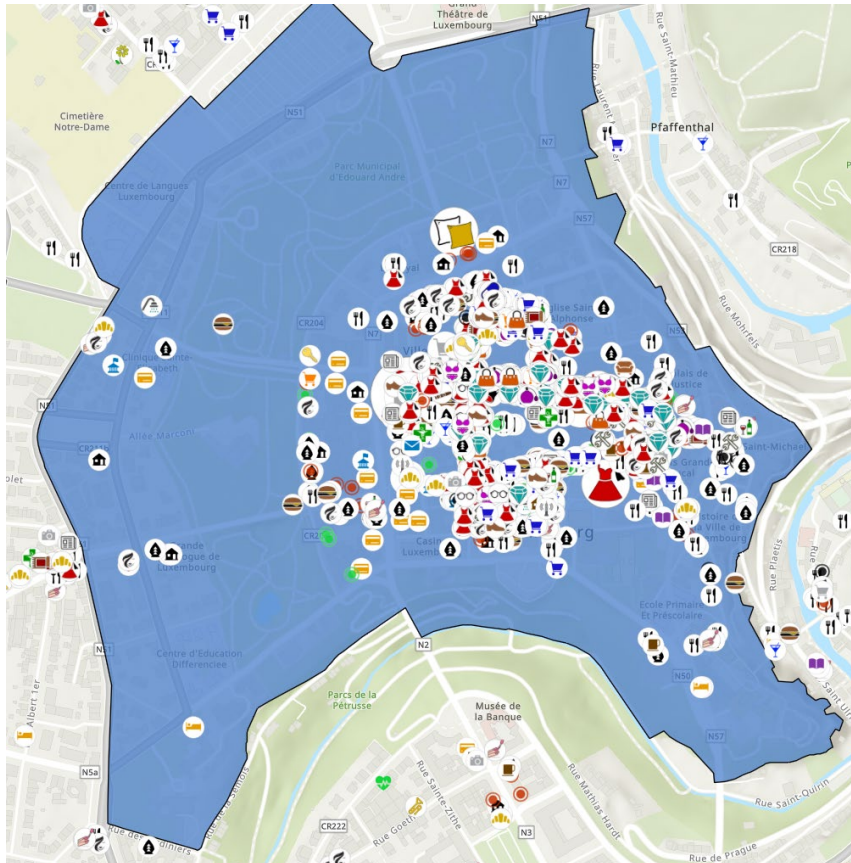
# Le tissu commercial national entre 2019 et 2026

## Établissements Horeca

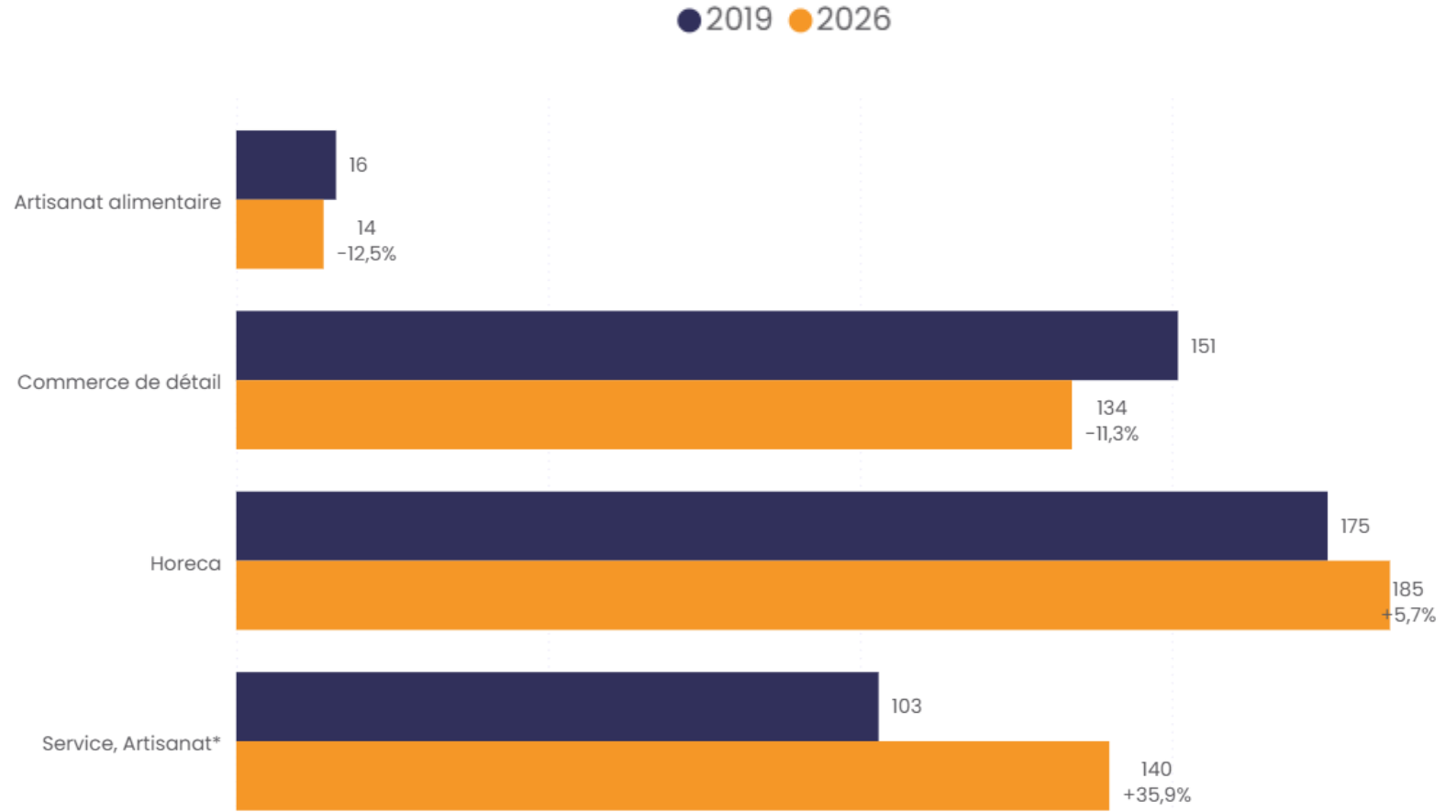
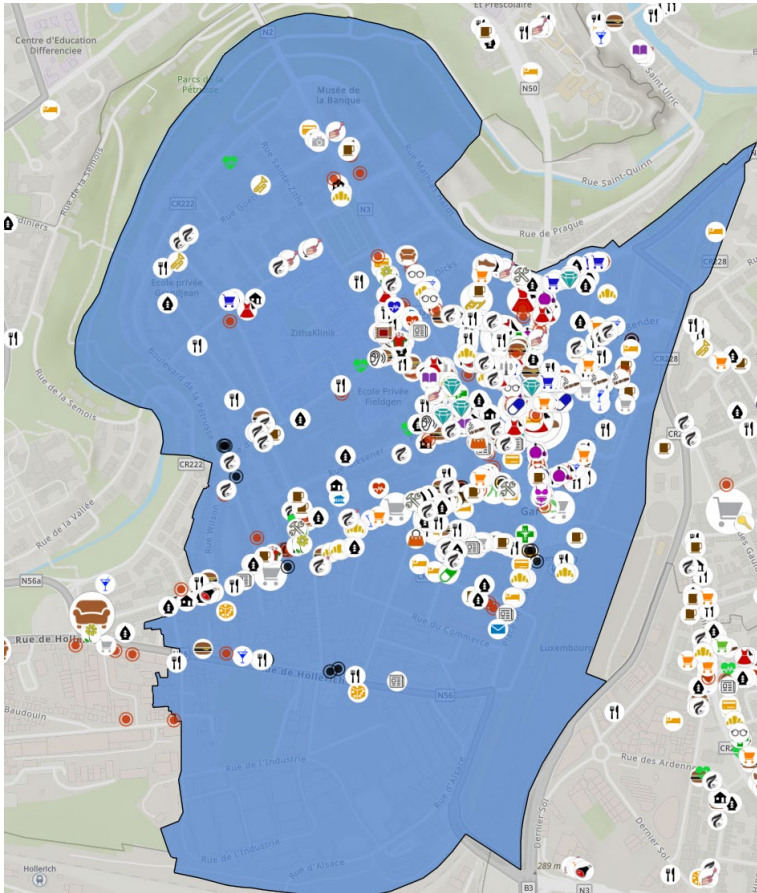
● Ville de Luxembourg ● Autres communes du Grand-Duché de Luxembourg



Dans le quartier Ville-Haute, le commerce de détail est resté globalement stable, tandis que l'Horeca et les services ont nettement progressé.

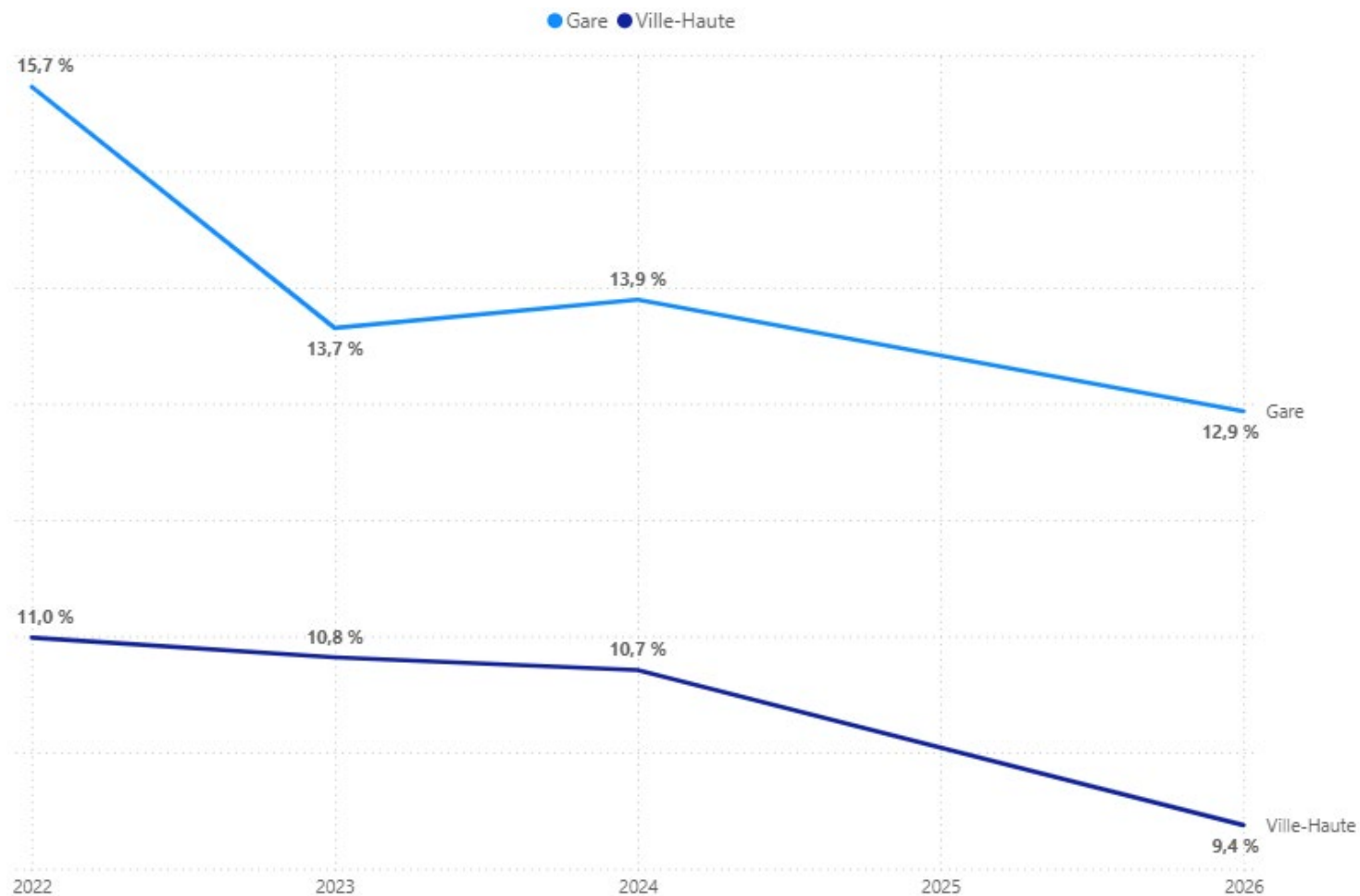


# Dans le quartier Gare, le commerce de détail a légèrement reculé, mais les services y ont connu une forte croissance.



Depuis 2022, le taux de vacance (hors rénovations/constructions) s'est amélioré dans les deux quartiers : 9,4 % en Ville-Haute et 12,9 % dans le quartier de la Gare.

À titre de comparaison, la moyenne des autres centres-villes du pays se situe autour de 12 %.





# LUXEMBOURG CONFEDERATION

● SERVICES ● COMMERCE ● TRANSPORT

7, rue Alcide de Gasperi  
L-1615 Luxembourg  
(+ 352) 439 444  
info@confederation.lu

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



Luxembourg Confederation a.s.b.l.  
R.C.S. Luxembourg F5163

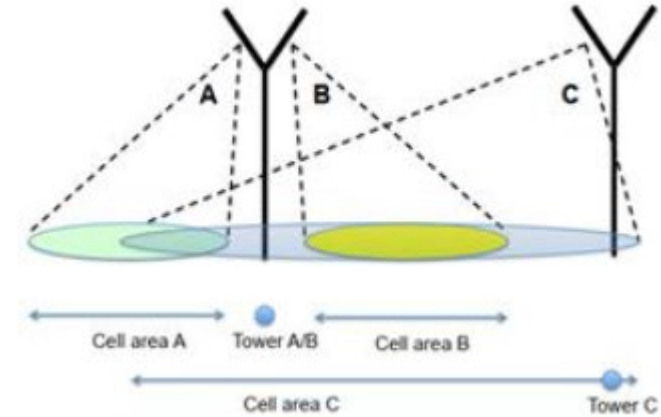
**Moving our community forward**

# Analyse de la fréquentation du Fréijoersshopping 2026

22 mars 2026

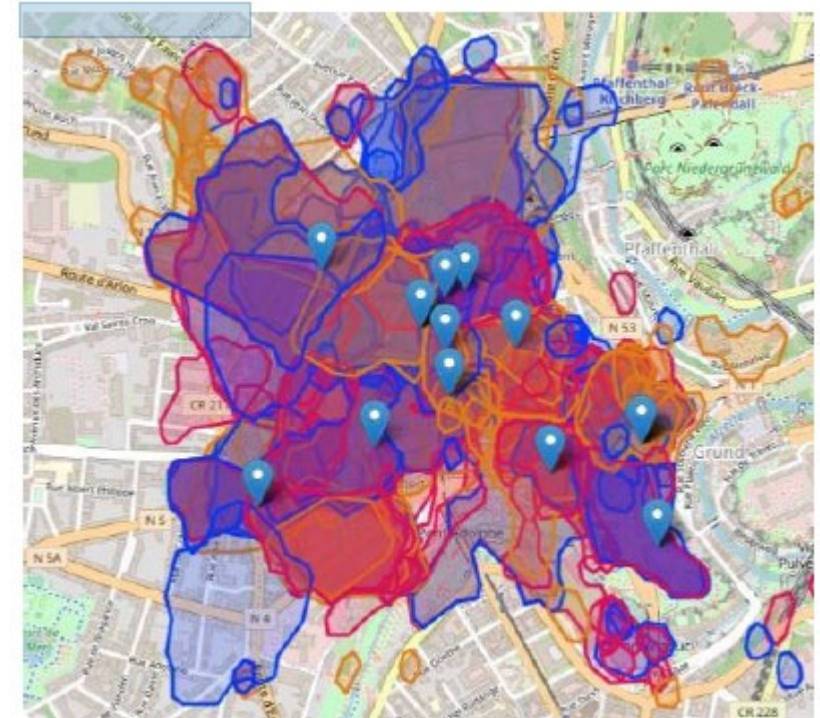
## Origine des données

- Localisation possible via CDRs (Call Details Reports) utilisés par les opérateurs réseaux.
- Géolocalisation d'une personne dans un certain rayon ainsi que le temps passé dans cette zone.
- Les données sont anonymisées avant traitement. Il est donc impossible d'identifier la présence d'un téléphone en particulier. L'ensemble du processus respecte le RGPD.



## Principe de fonctionnement

- Une antenne projette plusieurs cellules pour couvrir le territoire, généralement une antenne ne projette pas plusieurs cellules qui se chevauchent.
- Comme ils coexistent plusieurs types d'antennes (2G, 3G, 4G), il arrive que plusieurs cellules de différentes antennes se chevauchent.
- Les cellules possèdent un rayon allant de 200m (zones urbaines) à plusieurs kilomètres (zones rurales).
- Utilisateur ne peut être connecté qu'à une seule cellule à la fois
- Le déplacement de cellule en cellule nous permet d'en déduire son déplacement.



## Définitions

### Visiteur

- Une personne qui se rend dans un lieu spécifique
- Chaque individu est compté une seule fois au cours d'une période définie
- Même si une personne visite plusieurs fois le même endroit, elle ne sera prise en compte qu'une seule fois.

### Visite

- Une occasion où un visiteur se rend dans un lieu spécifique
- Une personne peut effectuer plusieurs visites au cours d'une période définie
- Chacune étant considérée comme une interaction distincte.

## Evolution de la fréquentation du Fréijoersshopping

En 2026, les visites ont évolué de 31.25% pour atteindre 100 672.

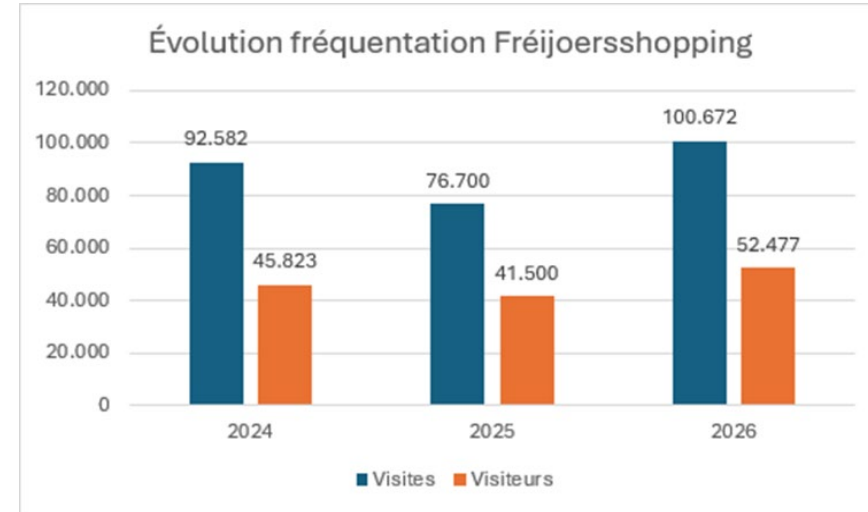
Les visiteurs ont augmenté de 26.45% atteignant 52 477.

Les chiffres représentent le cumul des comptages dans les quartiers Gare et Ville-Haute.

## Comparaison de fréquentations dominicales

Le dimanche du Fréijoersshopping (22 mars) représente la fréquentation la plus élevée pour les dimanches de la période analysée (28 jours avant l'évènement).

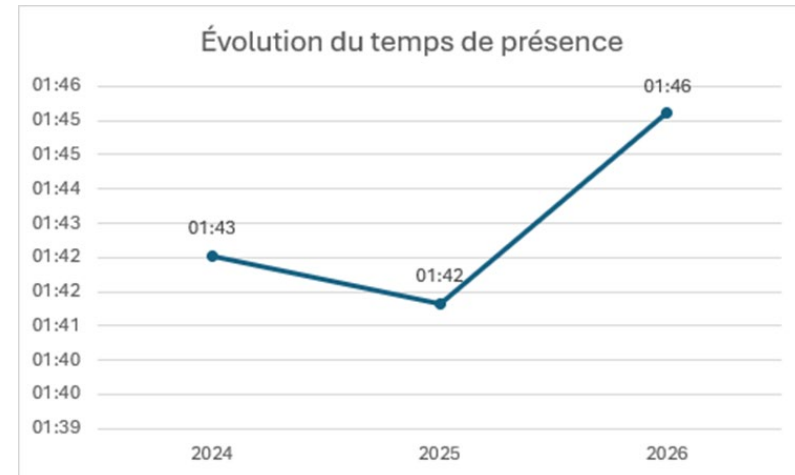
Dû à une anomalie technique, la fréquentation du dimanche 15 mars est fautive et n'est pas considérée.



2026	Visites	Visiteurs
22-mars	100.672	52.477
08-mars	102.943	51.925
01-mars	85.577	44.521
22-févr	65.215	35.155

## Evolution du temps de présence

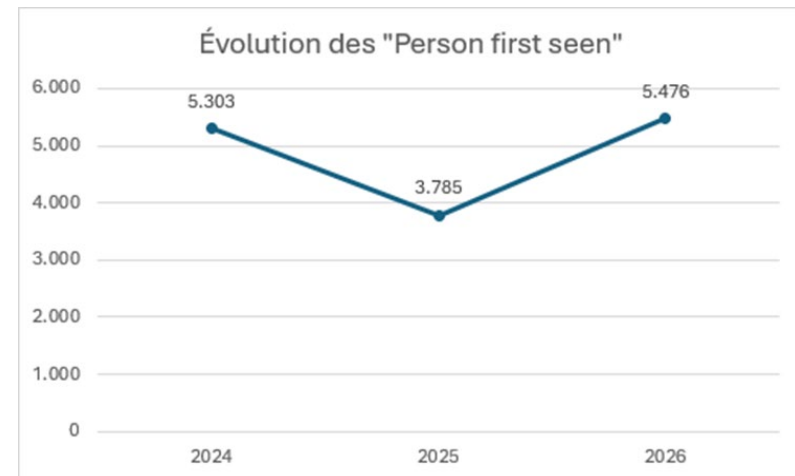
Le temps de présence moyen a connu une évolution de 4 minutes cette année. Les personnes sont donc restées en moyenne 1h46 sur place.



## Evolution des "Person first seen"

Nous nous intéressons ici aux personnes qui sont détectées la première fois le 22 mars sur la période étudiée, donc le jour du Fréijoersshopping et les 28 jours avant.

Nous avons une augmentation des personnes qui sont venues la première fois le jour de l'évènement en 2026.

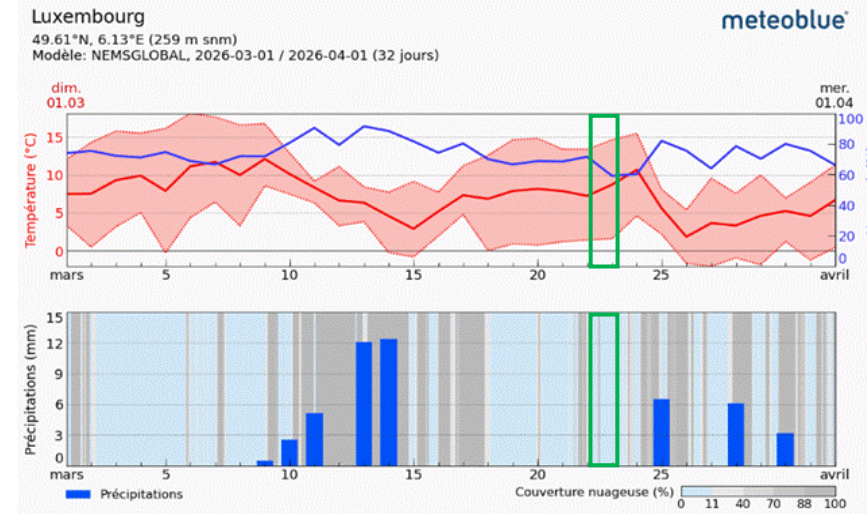


## Mars 2026

### Influence de la météo

- Le 22 mars 2026, nous avons 6 degrés de moyenne avec aucune précipitation
- Le 30 mars 2025, nous avons 5.5 degrés de moyenne avec une très faible précipitation.

Ainsi les conditions météo, ne peuvent pas expliquer l'évolution de l'édition 2026.



## Mars 2025

