Belgeo

Revue belge de géographie

1-2 | 2006

Competition and complementarity in retailing

Les pratiques commerciales dans une région frontalière : les exemples d'Arlon, de Luxembourg-ville et de Metz

Trade practices in a border zone: the Arlon, Luxembourg and Metz cases

Florence Smits

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/11100>

DOI : 10.4000/belgeo.11100

ISSN : 2294-9135

Éditeur :

National Committee of Geography of Belgium, Société Royale Belge de Géographie

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2006

Pagination : 163-178

ISSN : 1377-2368

Référence électronique

Florence Smits, « Les pratiques commerciales dans une région frontalière : les exemples d'Arlon, de Luxembourg-ville et de Metz », *Belgeo* [En ligne], 1-2 | 2006, mis en ligne le 15 janvier 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/11100> ; DOI : 10.4000/belgeo.11100

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Belgeo est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

Les pratiques commerciales dans une région frontalière : les exemples d'Arlon, de Luxembourg-ville et de Metz

Trade practices in a border zone: the Arlon, Luxembourg and Metz cases

Florence Smits

Introduction

- 1 Arlon, Metz et Luxembourg appartiennent à un espace transfrontalier, où les flux sont de plus en plus importants depuis l'intégration européenne. Ils concernent en premier lieu le travail : les coopérations interrégionales se multiplient au sein de ce qui est devenu la Grande Région (Luxembourg, Wallonie, Lorraine, Rhénanie-Palatinat, Sarre). Parallèlement, le contexte commercial évolue au sein des trois régions, sans qu'il y ait d'initiatives politiques. Au cours des dernières années, nous avons assisté au passage à l'euro, à l'évolution des habitudes de consommation, à la modification des périodes d'ouverture des commerces et, en France, à la mobilité croissante des chalandes (d'après François Bellanger, depuis 30 ans, en France, les déplacements ont augmenté de 40 % et le trajet moyen d'un individu a été multiplié par 5), etc.
- 2 Les migrations croissantes de la population dans une région, où les infrastructures de transport sont importantes et l'harmonisation des habitudes de vie progressive, ont-elles eu une influence sensible sur les habitudes de consommation, tant sur le plan spatial que sur le plan temporel ? Il semble qu'en dépit de l'affirmation d'une très grande mobilité transfrontalière et de la constitution d'une région transfrontalière, il faille nuancer le propos. Certes, les appareils commerciaux des centres-villes deviennent de plus en plus concurrents, cependant les pratiques d'achats restent diverses et assez fortement différenciées sur le plan spatial.

- 3 L'étude des centres-villes d'Arlon, de Luxembourg et de Metz, pris comme exemples, permettra de souligner qu'au-delà d'une homogénéité d'ensemble (comme l'usage prédominant de la voiture pour faire ses courses), les lieux de résidence et/ou de travail permettent encore de distinguer des groupes de population. Après avoir étudié les mouvements de la population au sein de la Grande Région, l'étude se portera à l'échelle plus grande des centres-villes afin d'identifier leurs complémentarités et leurs rivalités pour souligner, dans un troisième temps, l'importance des lieux de résidence et de travail dans les pratiques d'achats.

Un espace de plus en plus homogène

Trois pôles dans un espace transfrontalier

- 4 Les communes d'Arlon, de Luxembourg et de Metz appartiennent à un espace frontalier : la « Grande Région ». Formée de la Wallonie, du Grand Duché du Luxembourg, de la Lorraine, de la Sarre et de la Rhénanie-Palatinat, cette zone associe, dans ce qui fut le coeur de l'Union européenne, 4 pays et des populations dont les affinités culturelles sont nombreuses et multiscalaire. Depuis la construction européenne, les coopérations territoriales transfrontalières sont nombreuses et s'établissent à des échelles multiples : locale avec le Pôle européen de développement de Longwy, régionale avec Saarlorlux qui a, en quelque sorte, donné naissance à la Grande Région. Dotée d'instances propres, comme le Conseil économique et social de la Grande Région, elle développe, à l'initiative des régions concernées et de l'Union européenne, des instruments de mesure communs et tente de mettre en place des politiques concertées, notamment dans les domaines de la formation, du travail et des transports. Néanmoins, les disparités nationales tendent à demeurer, notamment lorsque l'on considère les découpages administratifs, les niveaux de vie et de rémunération.

Figure 1. Localisation des trois pôles considérés dans l'espace frontalier de la Grande Région.

- 5 Au sein de cet espace longtemps surtout industriel, les villes s'affirment et deviennent aujourd'hui des centres d'emploi dans des territoires où les services se développent. Plusieurs parmi les plus importantes, notamment Luxembourg, Sarrebruck ou Trèves, sont situées à proximité d'une frontière nationale, ce qui leur permet de profiter des différentiels socio-économiques. Du côté wallon, seul Arlon peut prétendre à cet avantage. En Lorraine, Metz est le principal centre urbain à dimension transfrontalière, Thionville n'assurant qu'une fonction de relais. Les communes d'Arlon, de Luxembourg et de Metz sont trois centres résidentiels avec, respectivement, 25 766, 76 688 et 123 074 habitants. Elles forment également des centres d'emploi majeurs, notamment Luxembourg dont les offres d'emploi sont trois fois supérieures aux effectifs de sa population active. A l'échelle du Grand Duché, le nombre de travailleurs transfrontaliers est passé de 31 000 au début des années 1990 à plus de 100 000 en 2003, grâce à la progression du secteur tertiaire et de l'activité bancaire. Sur le plan commercial, elles forment la tête de leur réseau régional. Ces éléments ont présidé au choix des pôles, même si Arlon est plus petit que les deux autres. Cependant, les flux l'unissent fortement à Luxembourg, contrairement aux pôles du nord de la Wallonie, qui fonctionnent de manière plus indépendante du reste de la Grande Région.
- 6 Arlon, Luxembourg et Metz, situées à moins d'une heure des frontières, sont des pôles aussi bien pour leur région que pour la Grande Région. Ils concentrent un grand nombre de fonctions de commandement. Arlon est de dimension plus modeste, mais son relatif isolement par rapport aux centres de commandement wallons situés au nord lui confère une place plus importante en termes d'attraction des flux que ne le laisserait supposer sa population. A l'opposé, Luxembourg occupe une place singulière étant donné sa fonction de capitale politique du pays et de siège d'institutions européennes. Elle draine des flux importants et de nature variée. Cependant, au sein de cet espace, les flux de migrants

pendulaires transfrontaliers, même s'ils sont nombreux, notamment vers le Luxembourg, ne concernent que les espaces proches de la frontière (de Ruffray *et al.*, 2005) et ce malgré la qualité des axes routiers et des transports ferroviaires.

Des flux massifs facilités par de bonnes infrastructures

- 7 Les espaces de la Grande Région, notamment en son coeur, sont bien reliés grâce à un réseau autoroutier performant et gratuit. Parallèlement, dans les trois zones, le taux d'équipement des ménages en automobiles ne cesse de progresser et, avec lui, les distances que les consommateurs sont prêts à parcourir pour satisfaire leurs besoins, à condition, cependant, que les problèmes de circulation et de stationnement ne leur fassent pas perdre trop de temps. Mais, d'après Jean-Marc Benoit (2002), dès qu'il s'agit d'un service un peu rare ou de courses dont on attend un certain plaisir, la population accepte des temps de trajets supérieurs à 20 minutes. Or, dans la Grande Région, 30 à 40 minutes suffisent pour se rendre d'une des trois agglomérations à l'autre.
- 8 Pour certains, ces trajets sont même quotidiens : environ 1 700 Messins et 2 700 Arlonnais travaillent à Luxembourg. Seuls 4 Messins travaillaient à Arlon en 1999 (INSEE, RGP, 1999). Les données précises manquent mais nous pouvons supposer que les Luxembourgeois sont peu nombreux à travailler en dehors de leurs frontières étant donné les niveaux de salaires respectifs.
- 9 La population est mobile, notamment au sein de la Grande Région, et cela a des répercussions sur les aires de chalandise, au moins aux yeux des représentants des commerçants (Chambre de commerce, ASBL). L'aire de Metz s'est ainsi sensiblement réduite : alors qu'il y a encore 15 ans elle débordait largement sur celle de Luxembourg, elle est, aujourd'hui, limitée au nord. Deux éléments principaux expliquent cette évolution : la construction de grandes zones commerciales proches de la frontière et l'importance des flux de travailleurs lorrains au Luxembourg. Désormais, d'après les représentants des commerçants messins, l'aire de chalandise de Metz ne concurrence celle de Luxembourg (au point d'attirer une clientèle luxembourgeoise) que lors de la période des soldes et dans les branches des vêtements destinés aux jeunes et des services à la personne. Le marché hebdomadaire d'Arlon attire de nombreux Luxembourgeois, tout comme certains commerces de lingerie (à l'image de Cannelle) ou de vêtements destinés aux jeunes et aux motards (ainsi Plug In vend les vêtements West Coast Choppers qui ne sont pas distribués en Lorraine et sont nettement plus chers au Luxembourg), ainsi que le révèlent les enquêtes réalisées auprès des commerçants de la Grand Rue. Cette « perméabilité » des aires de chalandise est rendue plus grande encore depuis le passage à l'euro en 2000, d'autant qu'il n'existe aucune frontière linguistique. Certains commerçants dénoncent cependant les effets négatifs de cette monnaie : pour des étrangers, elle réduit le sentiment de dépaysement et facilite les comparaisons entre les pays, ce qui les pousse à rester dans leur pays d'origine, d'autant plus que les heures d'ouverture des commerces tendent à devenir identiques. D'après plusieurs entretiens avec des commerçants messins, l'activité de la métropole mosellane a souffert de l'évolution des comportements allemands : ceux-ci viennent moins à Metz depuis que les magasins restent ouverts le samedi après-midi en Allemagne et que l'euro limite les avantages d'un mark fort.

Les espaces commerciaux des centres-villes d'Arlon, Luxembourg et Metz : complémentarités et concurrence

- 10 Ces mouvements de consommateurs sont également moindres car les équipements commerciaux, au moins en ce qui concerne les centres-villes de Metz et de Luxembourg, sont de plus en plus similaires.

Des structures commerciales concurrentes, surtout entre Luxembourg et Metz

- 11 Certes, les effectifs commerciaux sont encore assez disparates. Du tableau 1, il ressort que le centre-ville d'Arlon est d'une dimension inférieure du point de vue du nombre de commerces. Cependant, sa notoriété dans la province de Luxembourg a conduit à le prendre en compte d'autant plus que, rapporté à la population de la commune, l'équipement est relativement important.

Tableau 1. Importance du commerce présent dans les centres-villes.

Centre-ville de:	Arlon**	Luxembourg*	Metz***
Commerces	135	475	614
Habitants par commerce	191	161	200

Sources :

* Relevé de terrain et liste des membres de l'Union commerciale luxembourgeoise ; ni la Conservation luxembourgeoise du Commerce, ni la Chambre de Commerce de Luxembourg, ni la Ville de Luxembourg ou le STATEC n'ont été en mesure (ou n'ont accepté) de communiquer des chiffres. Il s'agit du centre-ville et du centre gare.

** ASBL Arlon, cela prend en compte le secteur piétonnier et celui de la Grand Place.

*** Chambre de commerce et d'industrie de Moselle. L'espace considéré correspond au centre-ville, aux quartiers du Sablon, de la nouvelle ville et de Magny. C'est un peu plus vaste que le centre-ville commerçant mais les données ne sont pas disponibles à une échelle plus grande.

- 12 Les atouts et points faibles des centres-villes commerciaux sont également divers. Celui d'Arlon ne dispose d'aucune grande locomotive commerciale. En revanche, ces dernières sont à peu près identiques à Luxembourg et à Metz : C & A, Casa, Zara. Metz en compte également dans le domaine des loisirs (FNAC, Virgin), du sport (GO Sport) ou des grands magasins (Printemps, Galeries Lafayette). Ces derniers sont plus importants que leur homologue luxembourgeois (Monopol). Les chaînes sont globalement assez présentes avec des enseignes telles que Casa, Footlocker, Etam, Promod dans les deux villes. En revanche, le centre-ville d'Arlon est plus structuré autour de commerçants indépendants qui jouent la carte du service à la clientèle et du produit unique (les vêtements Westcoast Shoppers par exemple). De plus, les services, notamment les voyages, sont moins chers en Belgique qu'au Luxembourg et même qu'en France. En revanche, Arlon propose un marché très animé le jeudi qui attire des Luxembourgeois (ainsi qu'une large population ; c'est la journée la plus achalandée de la semaine). En effet, la ville de Luxembourg ne dispose quasiment pas de marché régulier et nombreux sont ses habitants ainsi que ceux du Grand Duché en général qui le déplorent. Les marchés sont assez irréguliers et, l'hiver, ne sont guère fournis. Par ailleurs, Luxembourg souffre de son image de ville chère. Les choses commencent à évoluer avec les mutations de l'équipement commercial, qui tend à

proposer de plus en plus des articles bas et moyens de gamme. En effet, à prestation égale, les produits ne sont en général pas plus chers au Luxembourg qu'en Belgique ou en France, mais les commerces ont eu tendance à se spécialiser dans le haut de gamme. Sur le plan des structures, les différentes branches sont représentées de manière à peu près comparable.

- 13 La multiplicité des sources et des modes de calcul introduit certes un certain décalage entre les structures commerciales. Elle explique ainsi le poids très supérieur des grands magasins au sein de l'équipement commercial d'Arlon alors que la réalité est comparable à celle des deux autres centres. Cependant, au-delà de cet aspect, il n'en demeure pas moins que les appareils commerciaux les plus proches sur le plan géographique, ceux d'Arlon et de Luxembourg, ne sont donc qu'assez peu concurrents à la différence de ceux de Metz et de Luxembourg, mais ces derniers sont éloignés de près de 60 km (soit environ 40 minutes dans des conditions normales de circulation).

Une homogénéisation croissante des aménagements et des législations

Tableau 2. Poids relatif des différentes branches au sein des équipements commerciaux des centres-villes d'Arlon, de Luxembourg et de Metz (en % du nombre total).

Branche	Arlon	Luxembourg	Metz
Grand magasin	7,4	1,7	2
Horeca	10,4	14,5	13,5
Alimentation	7,4	10,1	14,5
Equipelement de la personne	27,4	40,6	34
Equipelement de la maison	0,7	9,5	7,4
Divers, Loisirs	22,9	11,4	15,3
Hygiène, santé, beauté	11,8	1,7	4,2
Services marchands	11,8	10,6	9,1

D'après les données de l'ASBL d'Arlon, de la Chambre de Commerce de Moselle (données INSEE) et de relevé de terrain dans le centre de Luxembourg.

- 14 Au-delà des commerces proprement dits, les centres-villes offrent des atmosphères de plus en plus comparables avec l'extension des quartiers piétonniers, l'organisation de marchés de Noël et de braderies.
- 15 De plus, les commerces sont de plus en plus ouverts au même moment dans les trois agglomérations. En effet, les situations existant dans les pays voisins sont soigneusement étudiées afin de réduire les effets de la concurrence (cf. Rapport d'étude du Sénat français sur les horaires d'ouverture des commerces de détail ou la décision de l'organisation commerciale luxembourgeoise de demander une modification des heures d'activité, etc.). Cela se traduit par des mutations importantes : depuis deux ans, par exemple, les commerces établis en Allemagne ne sont plus contraints de fermer le samedi midi, ce qui accroît la concurrence au sein de la Grande Région.

Tableau 3. Dispositions légales en termes d'ouverture.

	Heures d'ouverture	Jours fériés et dimanches
Arlon (Statut de ville touristique)	5 h -20 h 5 h-21 h le vendredi et le jour ouvrable précédant un jour férié légal Des dérogations peuvent être accordées pour une fermeture plus tardive, dans la limite de 15 jours par an.	Autorisation d'ouverture les dimanches de braderie (les premiers dimanches du mois entre mars et novembre) et les dimanches de décembre. A cela s'ajoute l'ouverture possible les dimanches entre le début des vacances de Pâques et le 30 septembre et durant les vacances de Noël.
Luxembourg	6 h-20 h avec possibilité d'une fermeture à 21 h. une fois par semaine. 6 h-18 h : samedi et veille de jours fériés légaux. Ouverture jusqu'à 20 h. les veilles de jours fériés français, allemands et luxembourgeois (accord cadre les déterminant pour 2005, soit 9 samedis et le lundi 31 octobre)	6 h-13 h. Ouverture possible pour les boucheries, les boulangeries, les pâtisseries et les traiteurs. 5 dimanches après-midi autorisés. En 2005, le 3 juillet, le 4 septembre et le 4, 11 et 18 décembre.
Metz (La Moselle, au même titre que les départements alsaciens, a une législation un peu différente du reste de la France, notamment en terme d'ouverture dominicale)	Tout comme dans le reste du pays, les commerces alimentaires peuvent rester ouverts durant un maximum de 13 h., cela tombe à 11 h pour les autres commerces. A partir de 21 h., il s'agit d'un travail de nuit qui doit être rémunéré comme tel.	Ouverture autorisée 5 dimanches par an. Fermeture le vendredi Saint et le 26 décembre Ouverture limitée à 5 h. le dimanche (mais les dispositions locales rendent cette autorisation vaine), avec autorisation de fabrication pour les seuls pâtisseries.
Allemagne	6 h-20 h du lundi au samedi	Possibilité d'ouvrir 4 dimanches par an, lorsqu'il y a des foires, une exposition ou une manifestation de ce type

Sources :

Luxembourg : loi réglant la fermeture des magasins de détail dans le commerce et l'artisanat (19 juin 1995) ; accord-cadre relatif aux prolongations des heures d'ouverture en 2005.

Wallonie : loi du 22 juin 1960, arrêté royal du 7 novembre 1966, loi du 24 juillet 1973, arrêté ministériel du 8 décembre 1988.

Moselle : loi du 1^{er} juin 1924.

Allemagne : loi du 1 juin 2003.

- 16 Si les horaires d'ouverture tendent à converger, les pratiques restent encore sensiblement différentes, mais là encore les choses évoluent. Au cours des cinq dernières années, par exemple, la part des commerces messins fermant durant le temps du déjeuner a fortement reculé mais la plupart des commerces « baissent leur rideau » encore relativement tôt, tout comme dans les autres agglomérations.
- 17 La fermeture durant le temps du déjeuner, très pratiquée à Arlon, est actuellement de plus en plus présentée, notamment par la gestionnaire du centre-ville, Madame Adant, comme un frein au développement commercial du centre-ville car les commerces de la périphérie et ceux de Luxembourg restent ouverts. D'ailleurs, les choses commencent à évoluer sur ce point.

Des pratiques d'achats qui restent encore nationales mais qui semblent affectées par les mobilités liées au travail

- 18 En dépit de cette convergence, il semble pourtant que les pratiques d'achats restent assez fortement marquées par le lieu de résidence et, secondairement, par le lieu de travail et les revenus.

Tableau 4. Horaires pratiqués.

	Heures d'ouverture	Jours fériés et dimanches
Arlon	9 h 30 – 12 h 30 14 h - 18 h	Seuls 5 (ou 6) magasins ouvrent
Luxembourg	9 h 30 – 18 h	Fermeture
Metz	9 h 30 - 18 h 30 / 19 h Beaucoup de commerces ferment durant 1h 30 à 2 h le midi.	Ouverture durant les seuls dimanches de décembre, parallèlement au marché de Noël (le premier dimanche du marché est souvent fermé) Respect strict des jours fériés

Source : observations de terrain.

Trois enquêtes réalisées conjointement dans les centres-villes

- 19 Afin de mieux cerner les comportements d'achats, trois enquêtes de terrain ont été réalisées dans les centres-villes d'Arlon, de Metz et de Luxembourg. Afin de rendre compte de la diversité de la population, les échantillons de 150 personnes pour Arlon et de 250 personnes à Luxembourg et à Metz, ont été élaborés en tenant compte de la répartition par âge et par sexe des habitants de ces communes. La différence de taille est liée à l'inégale population de ces trois communes : Arlon compte 21 181 habitants de plus de 15 ans, Luxembourg 64 715 et Metz 102 839. Les personnes qui faisaient du lèche-vitrine, celles qui sortaient de magasins ou qui portaient des paquets (signe d'un achat au moins dans le centre-ville) ont été privilégiées dans la sélection des enquêtés. Dans les trois ensembles, il a été décidé que les femmes représenteraient 70 % de l'échantillon, car ce sont elles qui font le plus souvent les courses et qui sont à l'origine de la plupart des achats des ménages. La faible ampleur des échantillons peut être déplorée, tout comme la non prise en compte des catégories socioprofessionnelles dans la composition des groupes et l'examen de seulement trois villes francophones, mais ces paramètres ont été imposés par des questions de faisabilité. Seuls des individus de plus de 15 ans ont été interrogés. Les enquêtes ont été faites tous les jours ouvrables, entre les mois de février et d'avril 2005 dans les trois centres. Elles ont été réalisées quasiment simultanément afin que le facteur climatique ne soit pas un élément discriminant. Les lieux d'enquête ont été répartis entre les axes des centres piétonniers, à proximité des grands stationnements et, pour les villes de Luxembourg et de Metz, des grands centres de transport en commun. Il faut cependant signaler que la fréquentation du centre-ville d'Arlon a pu être quelque peu altérée car le stationnement était perturbé par d'importants travaux de voirie.
- 20 Le questionnaire s'organisait autour de trois questions ouvertes (lieu de résidence, lieu de travail, lieu principal des courses) et de 16 questions fermées (cf. tableau 5). Ces dernières avaient pour objectif de déterminer le profil des consommateurs, d'identifier le moment où ils faisaient (ou aimeraient faire) leurs courses, de connaître leur perception des courses et de mieux comprendre les éléments de choix de leur destination commerciale.
- 21 Les réponses ont été traitées selon une classification hiérarchique ascendante selon le critère de Ward faisant suite à une analyse en correspondances multiples. Le choix de ce traitement s'explique par l'objet de l'étude et la propriété de cette analyse qui est de valoriser les différences rares. Toutes les enquêtes ont été traitées simultanément afin d'identifier les points communs et les divergences dans les comportements d'achats dans les trois espaces considérés.

Tableau 5. Réponses proposées aux questions fermées.

Questions	Réponses proposées			
Age	15-24 ans	25-40 ans	41-65 ans	Plus de 65 ans
Profession	Sans profession	Ouvrier	Employé	Cadre
Structure familiale	Célibataire	Couple	Couple avec 1 ou 2 enfants	Couple avec 3 enfants et plus
Journée des courses	Sans préférence	Lundi à jeudi	Vendredi	Samedi
Moment des courses	Matin	Temps du déjeuner	Début de soirée	Après-midi
Durée des courses	Moins d'une demi-heure	Entre ½ et 1 heure	Entre 1 et 2 heures	Plus de 2 heures
Fréquence des courses	Moins d'1 fois par semaine	1 fois par semaine	2-3 fois par semaine	Plus de 3 fois par semaine
Souhait d'ouverture	Temps du déjeuner	Plus tard le soir	Pas de changement	Dimanche et/ou jours fériés
Déplacement lié aux courses	Déplacement particulier	Effectué lors d'un déplacement ayant un autre but	Associé à un moment de loisir	But d'une sortie de détente
Synonyme de «courses»	Corvée	Détente	Loisir et lèche-vitrine	Convivialité
But des courses	Approvisionnement (épicerie, ...)	Équipement de la personne	Équipement de la maison, bricolage	Loisirs (disques, photo, livres,...)
Avec qui faites-vous vos courses?	Seul	Variable	En famille	Avec des amis
Lieu des courses	Près de chez soi	Entre 5 et 10 km	Plus de 10 km	Peu importe
Critères du choix de la destination	Horaires d'ouverture	Prix avantageux	Accessibilité et stationnement	Assortiment commercial
Moyen de transport privilégié	A pied	Deux roues	Voiture	Transports en commun

Des aires de provenance des enquêtés comparables

- 22 L'étude du lieu de résidence des enquêtés révèle une certaine disparité de l'ampleur des zones de provenance selon les centres-villes considérés, cependant ce constat doit être nuancé par la distance-temps et l'inégale taille des communes selon les pays. Pour chacun des trois communes, les cartes de la figure 2 indiquent le pourcentage cumulé d'enquêtés en tenant compte de la distance-temps¹ entre leur commune de résidence et la commune d'enquête (les communes des enquêtés résidant à plus de 16 minutes n'ont pas été indiquées car, en raison de leur éparpillement, leur représentation aurait été incomplète sur ces cartes). Les cartes révèlent une certaine homogénéité de situation entre les trois enquêtes : environ 80 % des répondants habitent à moins de 16 minutes de la commune considérée.
- 23 Le centre-ville d'Arlon (carte 1 – fig. 2) attire un pourcentage élevé de résidents de la commune. Il semble être peu à même de capter les flux des communes luxembourgeoises proches, même si les Luxembourgeois sont attirés par le marché d'Arlon. La frontière, tant avec la France qu'avec le Luxembourg, joue ici un rôle de rupture. De manière générale, l'aire d'influence du centre-ville est assez limitée. En termes de distance-temps, 68,66 % des répondants à l'enquête conduite au centre-ville d'Arlon résident à 10 minutes et moins d'Arlon et 80 % à moins de 16 minutes.
- 24 Le centre-ville de Metz (carte 2 – fig. 2) est dans une situation intermédiaire. Moins de la moitié des enquêtés habitent dans la ville de Metz. La dissymétrie de l'aire de rayonnement au sein des deux couronnes semble liée d'une part à la celle du peuplement de l'agglomération messine et, d'autre part, à la disposition des axes routiers qui suscite un allongement méridien du peuplement. Mais l'apparente extension doit être pondérée, par le fait qu'au sein de l'échantillon de la population que représentent les enquêtés,

77,6 % résident à 10 minutes et moins de Metz et 84,8 % à moins de 16 minutes (il s'agit de valeurs supérieures à celles d'Arlon).

Figure 2. Pourcentage et nombre de répondants en fonction du temps d'accès.

Carte 1 : Arlon

- Arlon : 62,66% des personnes interrogées (94 personnes)
- Arlon et l'ensemble des communes à 10 minutes et moins : 68,66% des personnes interrogées
- Arlon et l'ensemble des communes à moins de 16 min : 80% des personnes interrogées

Carte 2 : Metz

- Metz : 43,2% des personnes interrogées (108 personnes)
- Metz et l'ensemble des communes à 10 minutes et moins : 77,6% des personnes interrogées
- Metz et l'ensemble des communes à moins de 16 min : 84,8% des personnes interrogées

Carte 3 : Luxembourg

Nombre de répondants

- de 10 à 18 personnes
- de 6 à 10 personnes
- de 2 à 5 personnes
- 1 personne

— Frontière nationale

- 25 Le centre-ville de Luxembourg (carte 3 – fig. 2) semble représenter un cas extrême : moins du tiers des répondants y réside. L'aire de rayonnement est quasi concentrique et rend compte des zones de peuplement de l'agglomération luxembourgeoise. Cependant, l'ensemble ne constitue pas même les trois-quarts des enquêtés. Si seulement 66,8 % des enquêtés habitent dans des communes situées à 10 minutes et moins de Luxembourg, 85,2 % logent dans des communes distantes de moins de 16 minutes de Luxembourg. Ce centre-ville, qui semblait avoir un très large potentiel d'attraction, se révèle, du moins à l'aune de l'enquête conduite, plus limité.
- 26 Il faut sans doute voir dans cette situation le rôle de pôle d'emploi joué par ces communes. Alors qu'Arlon est un pôle d'emploi pour ses habitants et, dans une moindre mesure, pour les communes belges voisines. Metz constitue, quant à elle, un pôle d'emploi pour la Moselle. Enfin, la ville de Luxembourg souffre d'un important déficit de

main-d'œuvre qui l'oblige à recourir à des personnes venant non seulement du reste du pays, mais également de Lorraine, de Belgique et d'Allemagne. Ces flux sont d'autant plus importants que les salaires sont élevés dans le Grand Duché et que les prix de l'immobilier sont parmi les plus hauts d'Europe (ce qui encourage les travailleurs frontaliers à rester dans leur pays d'origine voire les Luxembourgeois à s'implanter en Belgique ou en France). Une large part des enquêtés fait des achats au centre-ville de Luxembourg parce qu'ils y viennent pour leur travail.

- 27 A ce facteur s'ajoute la réputation du pôle commercial. Certes, ces centres-villes sont durement concurrencés par les périphéries : la plupart des répondants (plus de 75 % dans chacun des cas) affirment faire leurs achats une fois par semaine en périphérie. Cependant, l'équipement commercial des centres de Metz et de Luxembourg reste unique avec des locomotives importantes, des enseignes connues et des indépendants. La situation d'Arlon est à ce titre plus délicate car beaucoup de ses commerces ont déserté le centre-ville. A cette différence d'aire de chalandise se superposent des groupes, qui, dans l'ensemble, sont assez différents selon leur lieu de travail et/ou de résidence.
- 28 Néanmoins, à travers l'échantillon que constituent les populations d'enquête, le poids des frontaliers est assez faible : 0,4 % à Metz (un résident² luxembourgeois), 4,8 % à Luxembourg (4 résidents belges et 8 français) et 6 % à Arlon (2 résidents français et 7 luxembourgeois). La proximité de la frontière joue ici certainement fortement. Les pratiques d'achats semblent rester assez nationales, au moins dans les centres-villes.
- 29 Enfin, il ressort que, même si les répondants effectuent des achats dans les centres-villes d'Arlon, de Luxembourg et de Metz, plus des trois-quarts d'entre eux désignent des grandes surfaces ou des centres commerciaux de périphérie comme lieu principal de leurs achats (il faut dire que la plupart des répondants associent les termes d'« approvisionnement » / « épicerie » à celui de « courses »). Les centres-villes ne sont privilégiés que par ceux qui n'ont pas de voiture ou dont les moyens sont soit très faibles, soit très élevés (ils recherchent alors « l'exclusivité » qu'offrent les centres-villes). En revanche, les centres-villes sont largement fréquentés pour le lèche-vitrine et la détente et sont le lieu d'achats ponctuels.

Tableau 6. Lieu de travail des personnes interrogées.

Lieu de travail \ Lieu d'enquête	Arlon	Luxembourg	Metz
Arlon	54,33 %	25,93 %	-
Luxembourg	1,39 %	65,27 %	-
Metz	-	-	43,2 %

- 30 Des groupes où le lieu de résidence et/ou de travail compte beaucoup
- 31 Au-delà d'une utilisation dominante de la voiture pour faire les courses et le fait que celles-ci soient souvent synonymes de corvée, les comportements d'achats offrent des différences géographiques assez marquées entre les répondants sauf, pour les cas particuliers des jeunes et des retraités / inactifs.

- 32 La classification fondée sur l'analyse en correspondances multiples fait ressortir 10 classes aux profils distincts (cf. tableau 7) : trois sont fortement associés au Luxembourg, un à Arlon, trois à Metz et à la Lorraine et trois sont sans appartenance géographique dominante.

Tableau 7. Synthèse des réponses selon les groupes.

Lieu dominant	Luxembourg			Metz			Arlon	Sans dominante géographique		
Profil	Employés résident (65,5%) et travaillant (92,9%) à Luxembourg	Ouvriers résident (90,6%) au Luxembourg et travaillant (45,3%) à Luxembourg	Inactif (50%), moins de 65 ans (81,25%), résident au Luxembourg (62,5%)	Cadres (47,62%) hommes (82%) résident en Moselle (47,6%) et travaillant à Metz (42,9%)	Employés (64%) travaillant à Metz (68%), résident en Lorraine (47%) à Metz, 47% dans les autres communes de Lorraine	Inactifs (50,8%) de moins de 40 ans (43%) ont entre 25 et 40 ans) résident à Metz (71,43%)	Employés (63,5%) résident (66,7%) et travaillant (71,4%) à Arlon	Etudiants et lycéens (92,1%) ont moins de 25 ans et sont sans profession	Inactifs (98,9%) dont 37% de plus de 65 ans	Retraités (100%) d'inactifs dont 75,3% de plus de 65 ans
Lieu des courses	Périphérie	Périphérie	Variable	Périphérie	Périphérie	Ville de Metz	Ville d'Arlon	Variable	Périphérie	Ville
Critères du choix de la destination	Accessibilité / stationnement	Prix avantageux	Assortiment commercial	Accessibilité / stationnement	Accessibilité / stationnement	Prix avantageux	Prix avantageux	Assortiment commercial	Accessibilité / stationnement = Prix avantageux	Assortiment commercial = Prix avantageux
Synonyme de courses	Corvée	Corvée	Détente / lèche-vitrine	loisirs	Corvée	Détente	Corvée = Détente	Lèche-vitrine	Corvée = Détente	Détente, Convivialité
But des courses	Approvisionnement	Approvisionnement	Approvisionnement	Équipement maison	Approvisionnement	Approvisionnement	Approvisionnement	Équipement personne	Approvisionnement	Approvisionnement
Durée des courses	Environ 1 heure	Entre 1 et 2 heures	2 heures et plus	Environ 1 heure	Entre 1 et 2 heures	Moins d'une heure	Moins d'1 heure	2 heures et plus	Entre 1 et 2 heures	Entre 1 et 2 heures
Moment des courses	Samedi	Samedi	N'importe	Samedi	Samedi	En semaine	En semaine	Samedi	En semaine	N'importe
Mode de transport	Voiture	Voiture	Voiture	Voiture	Voiture	A pied	Voiture	Voiture = Transports en commun	Voiture	A pied, transports en commun
Fréquence des courses	1 fois par semaine	1 fois par semaine	2 à 3 fois par semaine	Moins d'une fois par semaine	1 fois par semaine	2 à 3 fois par semaine	2 à 3 fois par semaine	1 fois par semaine	1 fois par semaine	2 à 3 fois par semaine
Souhait ouverture	Plus tard le soir	Plus tard le soir	Dimanche et jours fériés	Temps du déjeuner	Temps du déjeuner	Variable non significative	Dimanche et jours fériés	Dimanche et jours fériés	Temps du déjeuner	Aucun changement

Les chiffres indiqués entre parenthèses indiquent les valeurs obtenues par les modalités dans la classification après l'analyse en correspondances multiples.

- 33 Au sein des groupes où la variable « lieu de résidence » et/ou « lieu de travail » luxembourgeois ressort fortement, il existe des disparités selon le niveau de revenus (qui influence notamment la destination commerciale) et les motivations des courses. Un premier ensemble est formé de deux groupes pour lesquels les courses riment avec « approvisionnement », « corvée » et sont effectuées le samedi en périphérie. Ils souhaiteraient voir ouvrir les commerces plus tard le soir. Mais alors que le premier groupe est constitué d'employés assez jeunes (moins de 40 ans) qui habitent et travaillent à Luxembourg le second rassemble surtout des ouvriers résidant au Luxembourg. Les premiers consacrent environ 1 heure à leurs achats et choisissent leur destination en fonction de son accessibilité et des possibilités de stationnement offertes. Les seconds passent entre 1 et 2 heures à faire leurs courses et ont comme motivation principale dans le choix de leur destination commerciale le faible niveau de prix. Un dernier groupe où les Luxembourgeois dominant est celui constitué de personnes, majoritairement des femmes (plus de 80 % des répondants), qui aiment faire les courses. Ces dernières ne sont alors plus une corvée, mais un moment de lèche-vitrine et/ou de détente ou associé à un autre loisir. Les courses sont faites deux à trois fois par semaine, dans des lieux variés. Peu importe la distance à parcourir, pourvu que l'assortiment commercial plaise à ces personnes, dont plus de la moitié est sans profession. Elles apprécieraient une ouverture 7 jours sur 7 des magasins.
- 34 Un autre groupe est formé de personnes travaillant et résidant à Arlon qui utilisent principalement leur voiture pour faire leurs achats dans la ville d'Arlon. Il s'agit principalement d'employés qui choisissent leur destination en fonction des prix pratiqués. Le plus faible niveau de revenus qu'au Luxembourg explique sans doute ce décalage avec le groupe des employés travaillant à Luxembourg. Les courses, alors même qu'elles sont vécues comme un « mal nécessaire » sont faites deux à trois fois par semaine, mais très rapidement : moins d'une demi-heure. Le dimanche est le souhait le

plus couramment exprimé en ce qui a trait aux modifications potentielles des heures d'ouverture.

- 35 Au sein des Lorrains, trois groupes se distinguent. Un groupe est formé de ceux que l'on pourrait appeler les « cadres bricoleurs ». Ce groupe, certes, ne compte que 21 personnes (dont 17 hommes, pour la plupart âgés de 41 à 65 ans). Pour les trois-quarts, ils habitent en Moselle et près de la moitié travaillent à Metz. Ils font des courses irrégulièrement, le samedi matin, pour l'équipement de la maison ou les loisirs. Les Mosellans, qui forment un groupe de près de 100 personnes (94 % des effectifs de ce groupe), voient dans les courses une corvée nécessaire à l'approvisionnement. Ces employés, qui résident en Moselle et travaillent à Metz, âgés de 25 à 65 ans, choisissent essentiellement la périphérie pour faire leurs achats et privilégient l'accessibilité et le stationnement dans le choix de leur destination commerciale. Ces deux groupes aspirent à une généralisation des ouvertures sur le temps du déjeuner. Les inactifs constituent un troisième groupe. Il est composé de personnes dont presque les trois quarts résident à Metz et ont moins de 40 ans. Les courses sont principalement faites à pied, mais elles sont incluses dans un déplacement ayant une autre finalité. Elles sont alors effectuées plusieurs fois par semaine, mais rapidement (moins d'une heure) et sont plutôt bien perçues (moment de détente).
- 36 Les autres inactifs semblent offrir un comportement homogène dans les trois villes. Ils se subdivisent en 2 groupes selon l'usage qu'ils peuvent faire de la voiture. Pour ceux qui effectuent leurs achats, principalement en voiture (les retraités ne forment que 37 % des effectifs), la perception de ceux-ci est très contrastée : la moitié y voient une corvée, l'autre une détente. Les courses sont faites en semaine (entre le lundi et le jeudi), le matin, en périphérie. Ils souhaiteraient voir les commerces ouvrir plus souvent le midi. Au contraire, pour ceux qui utilisent surtout les transports en commun ou qui font leurs achats à pied (il s'agit alors surtout de retraités), les courses sont alors faites près de chez eux et ils n'aspirent à aucun changement des horaires d'ouverture. Moment de convivialité, les courses sont effectuées fréquemment, mais rapidement. Il semble que le désir de ne pas avoir à porter de choses trop lourdes et le plaisir de sortir de chez soi soient là des facteurs explicatifs majeurs. Même s'ils sont souvent des consommateurs captifs (en raison de leur mobilité réduite, car beaucoup ne conduisent plus), ils essayent de choisir leur parcours commercial en fonction de l'assortiment commercial (44 %) et des prix (32 %).
- 37 Les moins de 25 ans, lycéens et étudiants (92 % sont sans profession), offrent également une homogénéité des caractéristiques telle que la variable « lieu de résidence » ne ressort pas nettement. En revanche, ce sont les seuls à faire principalement des courses avec des amis et à faire rimer ces dernières avec lèche-vitrine ou achats destinés à l'équipement de la personne. Les courses sont le but d'une sortie de détente le samedi après-midi. Alors même que seulement la moitié utilisent une voiture (les autres ont surtout recours aux transports en commun), la destination commerciale est sélectionnée en fonction de l'assortiment commercial et non de son éloignement ou de son accessibilité. Un peu plus du tiers d'entre eux consacrent plus de 2 heures à chaque séance de courses. Ils apprécieraient de pouvoir prolonger ces moments le dimanche et les jours fériés.

Conclusion

- 38 A l'heure de l'ouverture des frontières, les structures commerciales évoluent et se rapprochent (Luxembourg « accueille » des commerces moyens et bas de gamme, Metz voit ses magasins de luxe comme Hermès ou Max Mara s'agrandir et Arlon cherche un second souffle). Cependant, les consommateurs, notamment les actifs, a priori les plus mobiles, restent assez attachés à la proximité pour effectuer leurs achats. Des groupes ayant des profils « sociologiques » comparables sont ainsi différenciés essentiellement par les variables spatiales. En effet, les pratiques d'achats et les attentes en matière commerciale restent encore différenciées, notamment parce que les heures d'ouverture des magasins et les niveaux de revenus restent divers. En revanche, il est intéressant de signaler que les groupes qui ne relèvent pas d'un lieu de résidence ou de travail spécifique sont les jeunes et les retraités (et les inactifs de manière générale). Ils ont alors plus souvent les mêmes conditions de vie d'un espace à un autre. Les désirs de modification des horaires d'ouverture rendent compte, dans leur majorité, des lacunes présentes dans les pratiques en termes d'ouverture : les commerces luxembourgeois, dans les villes, cessent leur activité à 18h, les boutiques messines sont encore largement fermées sur le temps du déjeuner et à Arlon, pourtant ville touristique où des braderies sont organisées, les commerces sont peu nombreux à ouvrir le dimanche. Même si les frontières politiques s'effacent, les frontières économiques paraissent encore jouer fortement notamment pour les actifs pour qui elles signifient des rémunérations, des durées de travail et des heures d'ouverture des magasins différentes. La concurrence que pourrait induire l'homogénéisation des structures commerciales, notamment entre le centre-ville de Luxembourg et celui de Metz, est ici atténuée par ce phénomène. De manière identique, les migrations ne contribuent pas encore à accroître les complémentarités commerciales susceptibles d'exister entre les centres-villes d'Arlon et de Luxembourg. A la lumière de l'enquête, pour les commerces des centres-villes, la bataille paraît se jouer beaucoup plus à l'échelle de leur agglomération, entre eux et leurs périphéries, qu'à celle transfrontalière... mais les choses évoluent.

BIBLIOGRAPHIE

- ASSOCIATION TRANSFRONTALIERE DE L'AGGLOMERATION DU POLE EUROPEEN DE DEVELOPPEMENT DE LONGWY, LA PROVINCE DE LUXEMBOURG ET IDELUX (2001), « Où achetez-vous ? », *Etude sur le comportement d'achat des ménages*, sondages, 44 p.
- BELLANGER F. (2004), <http://www.transit-city.com/transits/consommateursnomades>.
- BENOIT, J.M. et al. (2002), *La France à 20 minutes*, Paris, Belin, 271 p.
- CUSHMAN & WAKEFIELD (2004), *Where People Shop*, European Summary, disponible sur leur site internet: www.cushmanwakefieldeurope.com

DELOITTE & TOUCH CONSULTING (1998), *La compétitivité du commerce de détail luxembourgeois et commerce urbain*, Rapport final établi à la demande du Ministère des Classes moyennes et du tourisme.

DEMOLIN P. (2002), *Comment intégrer dans votre stratégie d'implantation la législation sur l'ouverture des magasins ?*, International Faculty for Executives, Benelux, 17 p.

DE RUFFRAY S., SMITS F., MORON E., MEDDAHI D. (2004), *A Method for the Delimitation of Workforce Areas. The Example of a Cross-Border Space; the Great Region*, 14th European Colloquium on Theoretical and Quantitative Geography, actes disponibles sur CD rom.

EVANS W. (1997), *Retail Border Wars II*, Toronto, Centre for the Study of Commercial Activity, Research Report n° 8.

SCHULLER G., ZANARDELLI M. (2003), « Les salariés frontaliers et leurs dépenses au Luxembourg », *Cahiers du STATEC*, 5, 34 p.

SEVRIN S. (1997), *Travail traitant des particularités législatives des communes touristiques et leurs conséquences sur le commerce de détail*, Université libre de Bruxelles, non publié, 7 p.

SMITS F. (2004), « Un exemple de l'exception mosellane au sein de la Lorraine transfrontalière : le temps des courses à Metz », in BONDUE J.P. (dir.), *Temps des courses, Course des temps*, Publication de l'Université de Lille I, pp. 131-142.

SERVICE DES ÉTUDES JURIDIQUES (2003), « Les horaires d'ouverture des commerce de détail », *Étude de législation comparée n° 126 (2003-2004)*, Sénat, Paris.

NOTES

1. Calculée pour un trajet en voiture, dans des conditions optimales de circulation, en tenant compte des vitesses autorisées.
2. Ce terme est privilégié car la nationalité n'a pas été demandée à la différence de la commune de résidence.

RÉSUMÉS

Au carrefour de l'Allemagne, de la Belgique, de la France et du Luxembourg, la Grande Région constitue un espace où la mobilité est de plus en plus importante et où les collaborations politiques et économiques s'affirment. Pourtant, sur le plan commercial, en dépit des flux importants de travailleurs transfrontaliers, les comportements d'achats des actifs restent assez fortement individualisés si l'on se réfère à l'étude menée dans les villes d'Arlon, Luxembourg et Metz. Ce sont les personnes qui sont a priori les moins mobiles (retraités et jeunes) qui présentent des traits communs dans les trois villes.

Parts of Belgium, France, Germany and Luxembourg which comprise the Great Region have witnessed an increase in the mobility of workers and in the degree of political collaboration. Nevertheless, this evolution does not seem to have had an impact on the consumption habits of

workers who tend to remain quite different in Arlon, Luxembourg and Metz. In contrast, people with less mobility but more time available, such as the retired and young, seem to exhibit the same pattern of consumption.

INDEX

Mots-clés : Grande Région, zone frontalière, pratiques commerciales

Keywords : Great Region, border zone, retail practices

AUTEUR

FLORENCE SMITS

Centre d'études géographiques de l'Université de Metz, Université Paul Verlaine Metz, UFR SHA,
Ile du Saulcy, 57000 METZ, France, smits@univ-metz.fr