

# Le développement du commerce et l'apparition des grands magasins à Luxembourg 1850-1920



## Remplacer la stratégie militaire par la stratégie économique

L'ouverture en 1859 du chemin de fer a des conséquences importantes sur le développement de la capitale. Dès lors la fin de l'existence de Luxembourg comme ville forteresse est proche. Un contexte tout à fait nouveau va être créé, donnant lieu à l'apparition de magasins modernes – de détail ou de gros.

Grâce au réseau ferroviaire, le commerce de la capitale va avoir sa place sur l'échiquier de marchés de production et d'écoulement. Mais afin qu'il puisse en profiter pleinement, de nombreuses adaptations sont à faire sur le terrain. D'abord, la ville haute va obtenir son accès à la gare centrale par la construction du Viaduc. Ce pont est cependant bien plus qu'un axe de liaison: il fait de la ville haute, condamnée jusque-là à accueillir la circulation en provenance de la porte Neuve en cul de sac, un lieu de passage. Les nouveaux aménagements sonneront cependant le glas pour les villes basses. Désormais, tous les efforts de l'urbanisme viseront une mise en valeur de la ville haute comme centre politique, financier et commercial. L'emplacement de l'ancienne poudrière Marie-Thérèse (aujourd'hui Hôtel Cravat) sera converti en 1864 en îlot à commerces et logements suivant le modèle de la ville de Bruxelles.

La stratégie économique de la capitale est donc bel et bien entamée quand la forteresse va être démantelée en 1867. Les commerçants de la ville haute cherchent maintenant à s'affirmer face au développement du commerce autour de la gare centrale. Ils désirent tenir marché dans les rues de la ville haute. Pour des raisons d'hygiène, le Gouvernement propose d'entourer la ville, à l'emplacement du grand fossé, d'une place de marché de 75 m de largeur. Les commerçants refusent, estimant que leurs affaires seraient portées hors la ville. Finalement la ville haute va obtenir une ouverture vers le Front de la Plaine (Parc Municipal) suite à l'aménagement d'avenues en cercles concentriques. Dès lors un nouveau quartier élargit les possibilités de marchés sur l'ensemble de l'espace ainsi créé. Tout devra être mis en œuvre pour que le commerce puisse se développer: attirer des entreprises et une population résidente au pouvoir d'achat élevé.

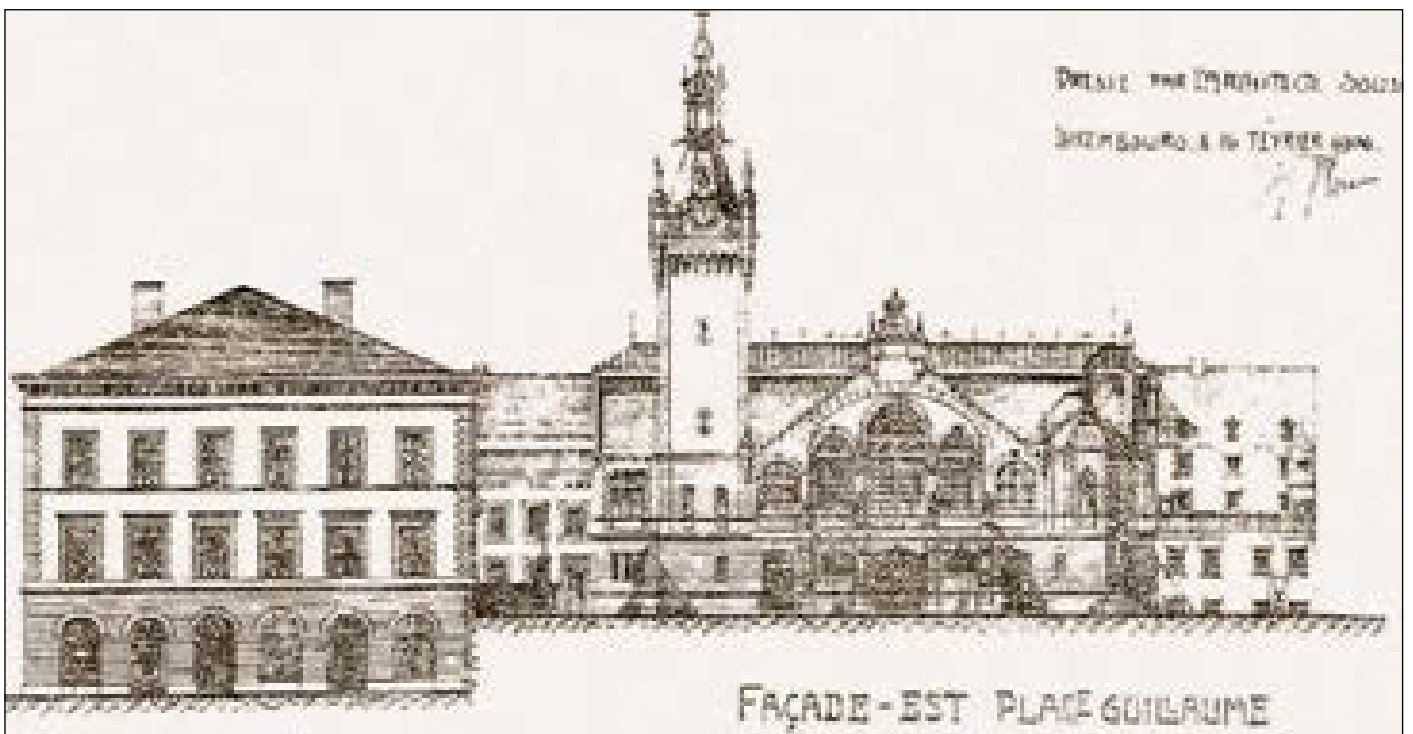
## Améliorer l'accès et concentrer les masses

L'accès est une question primordiale pour le succès d'une entreprise commerciale, surtout que le commerce vit des résidents de la ville et des visiteurs de la campagne. Les nombreux projets de transferts de la gare Centrale vers la ville haute n'ont pas abouti, à l'exception de la halte du «Charly» à la station du Parc. La liaison du boulevard Royal à la gare centrale moyennant le pont Adolphe, allait valoriser tout ce boulevard ainsi que l'îlot du Piquet. Dès 1920 et la réorientation de l'économie vers la Belgique, ce boulevard attirera banques, magasins et assurances. Les commerçants de la vieille ville s'inquiètent d'une perte de pouvoir d'achat par l'ouverture de cette nouvelle liaison avec la gare. Ils réclameront l'aménagement d'une jonction de la Côte d'Eich via la rue du Fossé vers la gare.

Le grand magasin, le passage, le marché couvert, sont conçus pour les masses qu'il faut concentrer et non pas étaler sur une surface trop étendue. Limpertsberg, Hollerich, Bonnevoie et le futur quartier Belair formeront des réservoirs démographiques à clients pour le commerce de la ville. C'est dans les artères principales, rue

du Fossé et Grand'Rue, respectivement autour de la gare Centrale que s'établiront les grands magasins.

Toute tentative de déconcentration du pouvoir d'achat est vivement combattue: pas de musée au plateau Altmünster, pas de musée, ni de palais de Justice à l'avenue de la Liberté, pas de cathédrale ou d'église de pèlerinage au Glacis, respectivement au plateau Bourbon. Un îlot si précieux comme celui du Piquet ne peut être converti en square ou bibliothèque. On y procédera à une densification du commerce et du logement. Au plateau Bourbon, l'Etat attire des entreprises aux employés fortunés, et qui appellent à la création de cabinets indépendants. Le Gouvernement imposera à la Caisse d'Epargne, à la Compagnie des Chemins de fer Guillaume-Luxembourg et aux Assurances Sociales, leurs emplacements à la place de Metz/rue Ste Zithe. Dans le même esprit, l'Etat abandonne tous ses propres projets pour vendre son terrain à l'ARBED. Maisons de rapports, commerces et hôtels viendront développer et valoriser ce quartier, sans toutefois concurrencer le commerce centré sur la ville haute.



## Le développement du commerce et l'apparition des grands magasins à Luxembourg 1850-1920



### La place du marché

La place Guillaume est la place du marché de la ville. Or, elle souffre de son enfermement dans le tissu urbain, et nécessite des accès supplémentaires. Quoi de plus simple que de la raccorder aux rues voisines, à haute fréquentation, par voie de passages commerciaux couverts? Détruit par un incendie en 1884, le passage vers la rue du Curé va être reconstruit. Le passage vers la rue Chimay constitue la réponse aux revendications des commerçants de cette rue et de la rue Louvigny. Le passage couvert, réservé aux piétons, servant de raccourci et proposant des commerces, est devenu le symbole de la vie citadine. Le piéton est invité à flâner à l'abri des intempéries, sous un espace couvert par le verre et le fer.

La revendication d'un marché couvert a régulièrement jailli à l'ordre du jour du conseil communal. Le projet en survient en 1906. Il est prévu de faire du noyau de la ville un grand centre d'alimentation: la concurrence de Hollerich s'en retrouverait détrônée. L'utopie est parfaite: un grand nombre de vendeurs, de marchands, de clients et de marchandises seraient concentrés en un lieu, à l'abri des intempéries. Le marché couvert devrait marquer un saut qualitatif au niveau de l'hygiène. Comme aimant supplémentaire, il devrait contribuer au bon développement du commerce de la ville haute. Cependant des problèmes d'expropriation et de financement n'ont pas permis l'exécution de ce projet.

## Le grand magasin et l'immeuble de commerce

La production industrielle et les chemins de fer lanceront un tout nouveau type de commerce, le grand magasin. Celui-ci fonctionne comme liquidation de stocks énormes, à bas prix fixes.

En instituant les prix fixes et des rythmes de liquidation de marchandises bien déterminées – les manteaux de fourrures en hiver, les rideaux à Pâques, les jouets pour la Saint Nicolas – ils bouleversent totalement le commerce traditionnel sans prix fixe, sans étalage de grandes quantités de produits, sans offres de saison. Les grands magasins deviennent d'immenses bazars, offrant jusqu'à 100000 articles à la fois, en provenance de fournisseurs différents et de marchés divers. Les grands magasins apparaissent dans les domaines de la confection et de la quincaillerie, enfants directs de l'industrie.

Pour écouler ces quantités de marchandises à une population citadine et de campagne, le grand magasin invente la publicité moderne. Les nouvelles arrivées de marchandises, l'immense choix, les bas prix fixes, font du grand magasin un lieu de découverte et de bonnes affaires. Il devient ainsi un lieu social de rencontre, où le

prix fixe met le client, indépendamment de sa condition sociale, sur un pied d'égalité devant la marchandise. Le grand magasin offre salle de lecture, pavillon de thé. C'est un lieu où l'on flâne comme dans les passages couverts. L'attrait du nouveau est essentiel, et l'immeuble du grand magasin va jusqu'à renoncer à toute façade au profit d'immenses vitrines permettant un étalage impressionnant de marchandises sur plusieurs étages.

Le grand magasin ne nie pas ses racines industrielles. Inspiré du taylorisme, il est conçu à la façon d'un hall de production. La cave est réservée au stockage et au chauffage. Si la marchandise est transportée par des monte-charges, comme à l'industrie, les clients se déplacent par ascenseur, un attrait en soi à cette époque. Chaque étage propose un autre type d'assortiment. La surface commerciale varie entre 350 et 1500 m<sup>2</sup>.

Etablis à Luxembourg dans d'anciennes demeures patriciennes, les commerçants ne cessent de les approprier, de les agrandir avant de reconstruire à neuf. Ils sont confrontés à la question de la rationalisation de l'espace.

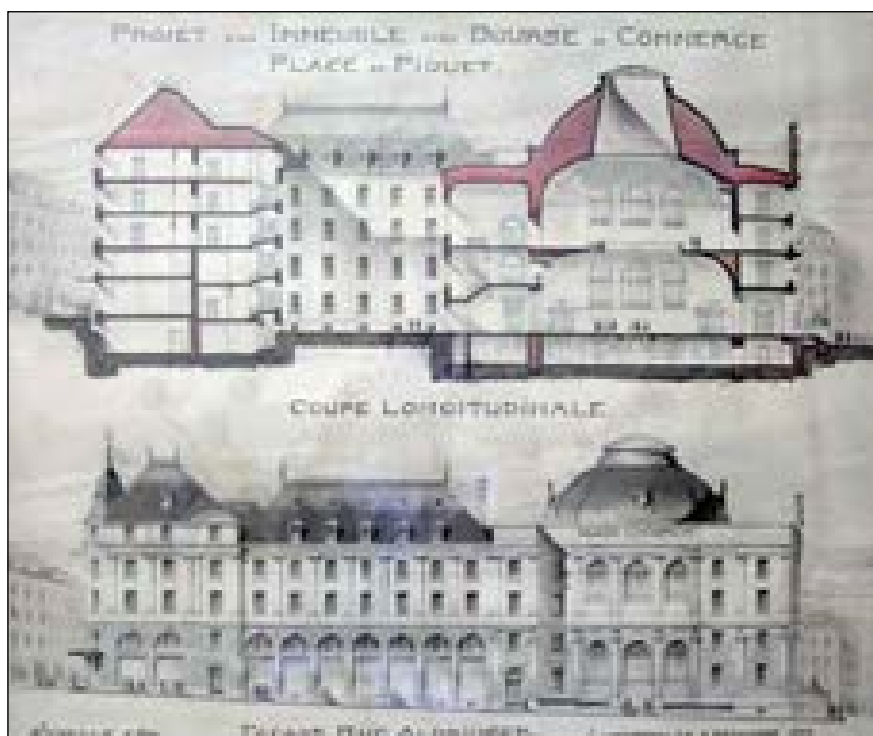
L'exploitant n'habite pas nécessairement l'immeuble. Tout est organisé jusque dans le moindre détail pour baisser les frais de fonctionnement et augmenter la rapidité de l'écoulement des stocks. Le décollage pour l'aménagement, respectivement la construction des grands magasins, peut être fixé à 1911. Le ralentissement économique de 1913, la guerre 14/18 et la réorientation économique en 1919 ont interrompu le mouvement, qui ne reprendra qu'en 1925 avec la construction du palais du mobilier Bonn Frères. Entre 1911 et 1934 Luxembourg voit l'ouverture de 17 grands magasins!

Au centre ville, les parcelles demeurent étroites, malgré la fusion de parcelles. Le commerçant construit en hauteur, et arrive à quatre étages sous toit, faisant de son immeuble une référence dans la silhouette de la ville. Le choix du style relève de la clientèle visée et illustre la qualité de la marchandise offerte. Souvent, l'étranger inspire, car le négoce relève de l'échange d'informations et de marchandises.

Les immeubles de rapport, combinent surfaces commerciales à un ou deux étages à des surfaces réservées au logement. A grandes vitrines au rez-de-chaussée, souvent surmontées de mezzanines vitrées, ils permettent au propriétaire de toucher des revenus qui l'aident à financer sa retraite. Au moyen de quelques cloisons faciles à démonter, les surfaces commerciales peuvent être facilement subdivisées en plusieurs boutiques, plus facile à louer. La mezzanine sert de magasin, d'atelier, de dépôt, ou de salon de consommation. L'étage au dessus de la boutique est généralement occupé par le tenancier du magasin, les autres étages à un ou plusieurs appartements sont loués, ou récupérés comme lieux de stockage. Ce plan, reproduit de manière quasi industrielle, témoigne du souci croissant de la rationalisation de l'espace.

Le commerce avec ses ramifications à l'étranger contribue fortement au visage international que prendra la ville de Luxembourg.

Dr Robert L. Philippart



Collection privée

◀ Avant-projet de construction pour une bourse commerciale et un musée du commerce par Georges Traus