



# Quel avenir pour les commerces bruxellois ?

Webinaire Brupartners  
30 septembre 2021

**Benjamin Wayens**

EB<sup>xl</sup>, le réseau des études bruxelloises  
de l'Université libre de Bruxelles



I. Un secteur économique pas tout à fait comme les autres ...

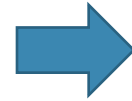


1. Une **interface** entre la sphère de production et la sphère de consommation



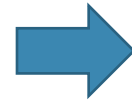
*certains commerces sont considérés comme essentiels*

2. Une activité **marchande**, non subsidiée et sans délégation de service public explicite



*obligation de rentabilité, à court terme*

3. Des **lieux** accessibles au **public** concentrés dans des **espaces publics**



*mesures spécifiques de maintien de l'ordre public*

4. Une activité touchant à la sphère **privée et intime** du consommateur et concernant l'ensemble de la population



*nécessité d'encadrer le comportement des travailleurs et des consommateurs*

Une diversité de fonctions



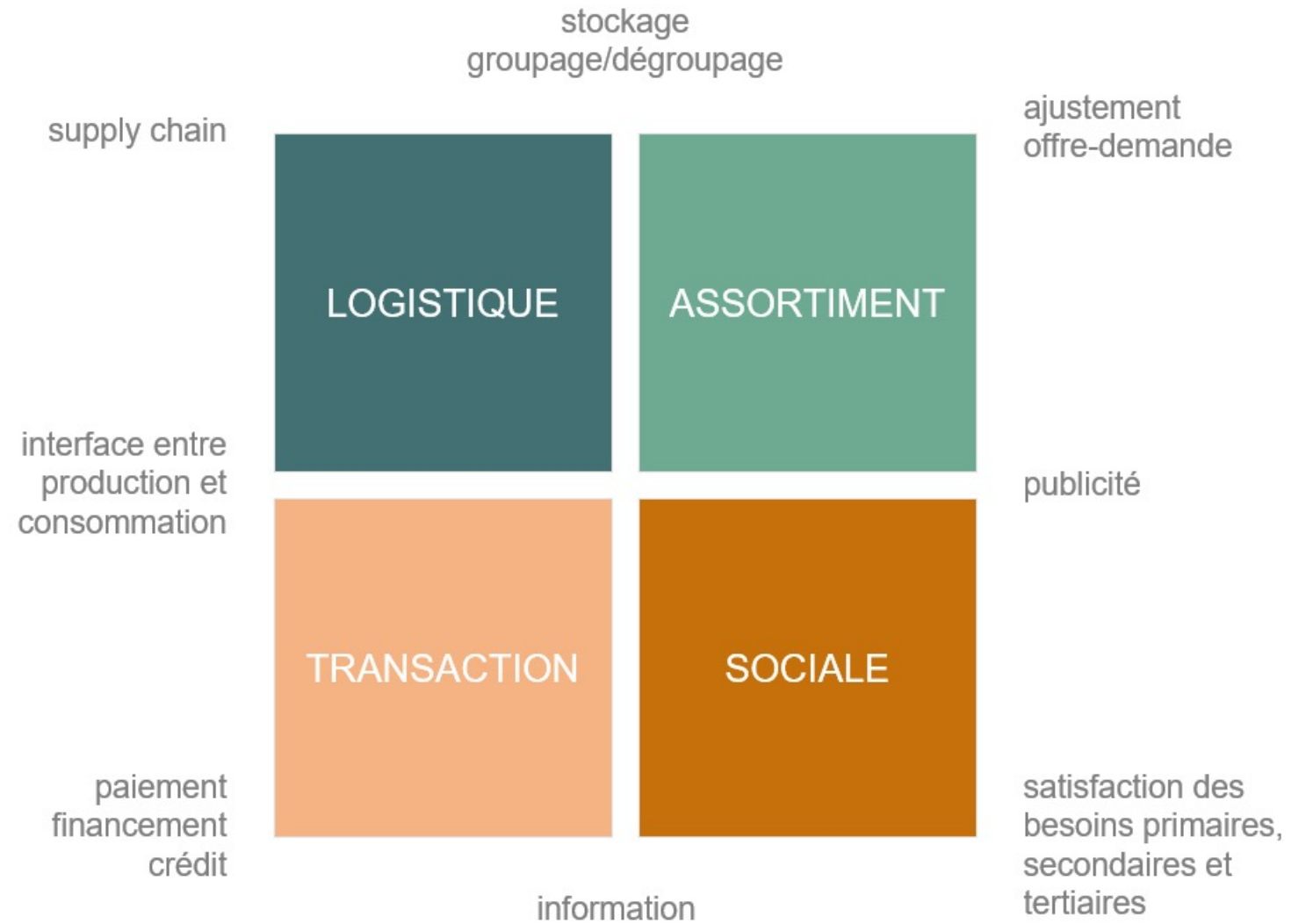
Les types de commerces ont une position variable sur un **continuum** qui va d'activités centrées sur l'**objet** à des activités centrées sur le **service**.



les points de **vente de biens**, qui représentent pour la Belgique en 2019 43,6 % des points de vente en Belgique. Ils comprennent entre autres les commerces d'alimentation, parfumerie, droguerie, vêtements, sports, optiques, jouets, loisirs, livres, électro, bricolage, meubles, cuisine, souvenirs, seconde main...

les lieux où se presentent **des services à caractère commercial** tels que les cafés et restaurants (23,6 %), l'artisanat (13 %), le commerce lié aux transports (7,4 %), les banques et assurances (5,5 %), les services divers (5,1 %) ou les divertissements (1,8 %).

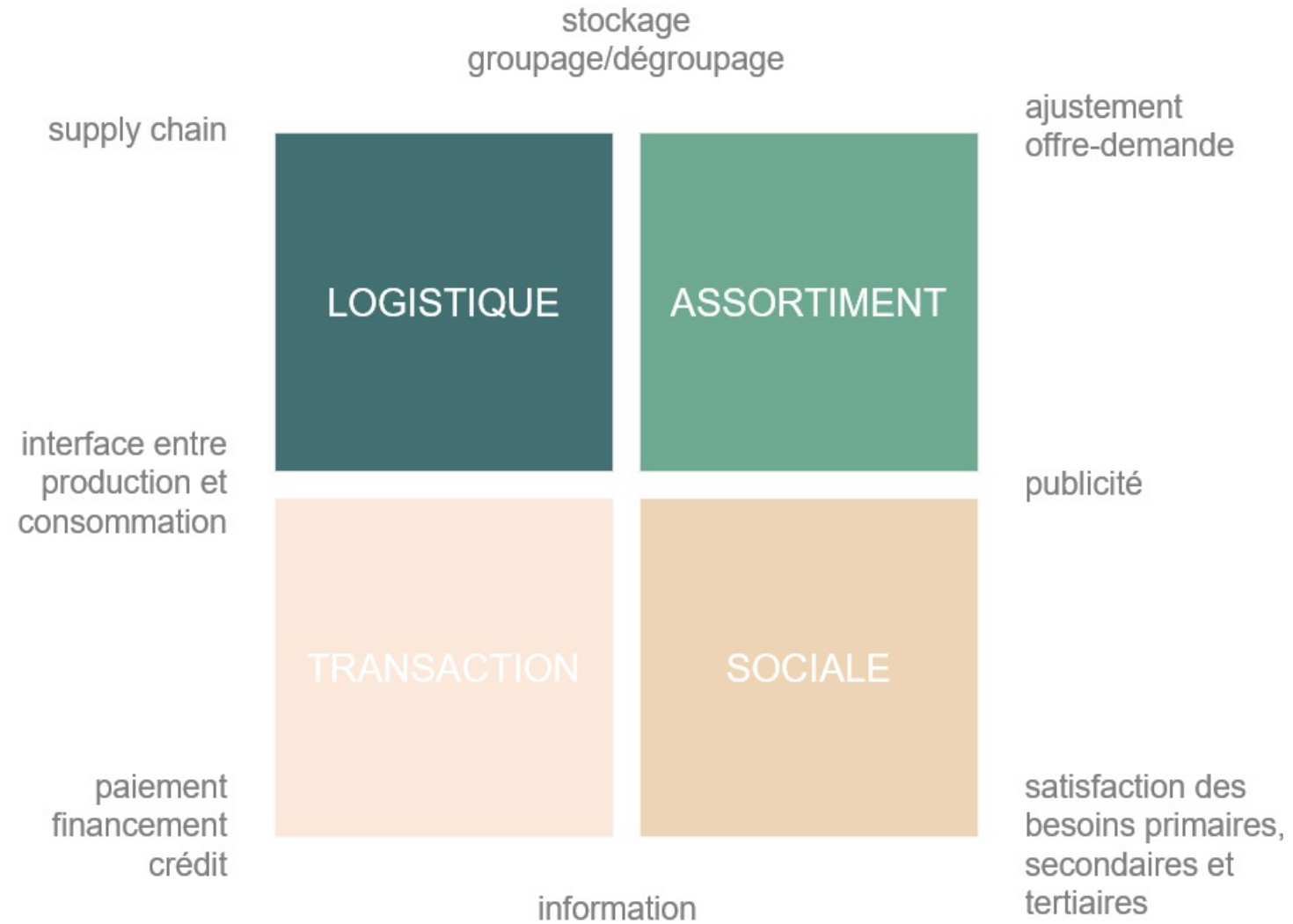
Le poids relatif des différentes **fonctions varie** fortement en fonction du **type de commerce**.



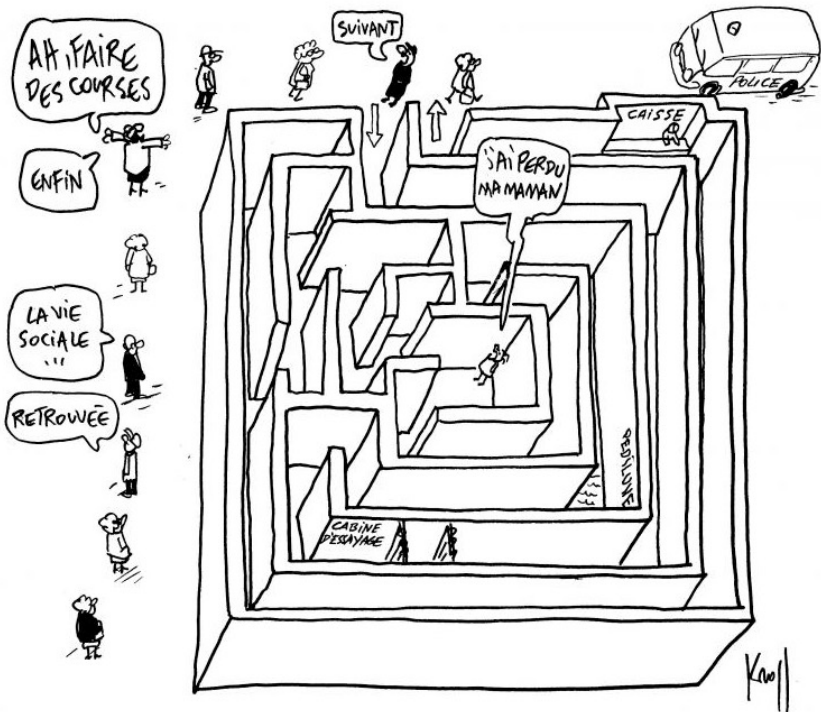
# LABELLIQUE PASSE EN PHASE 2 "RENFORCÉE"



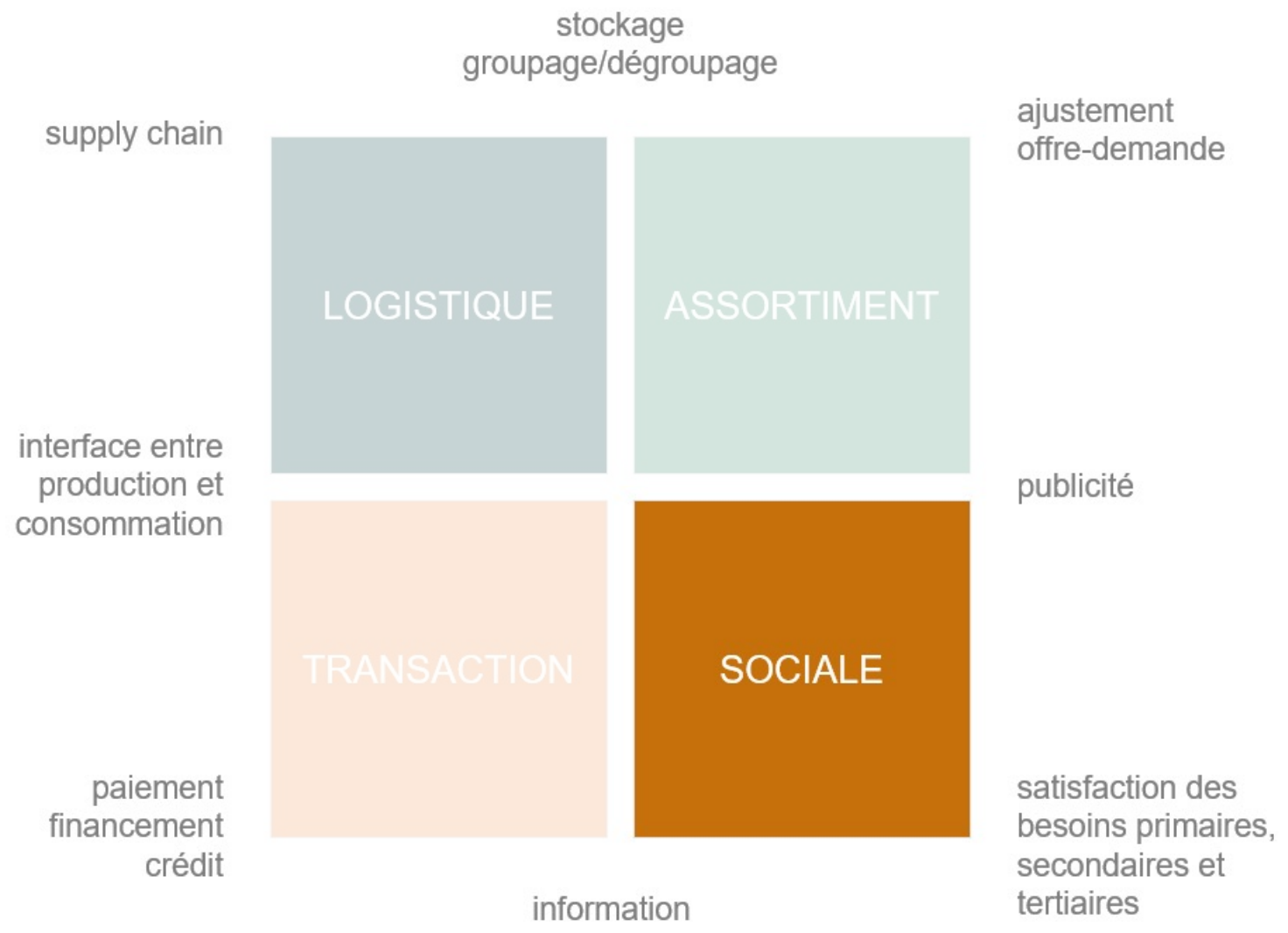
Source: Kroll, 2020 dans *Le Soir*.



Source: adapté de Vandercammen et Jospin-Pernet, 2010. p. 28-29.

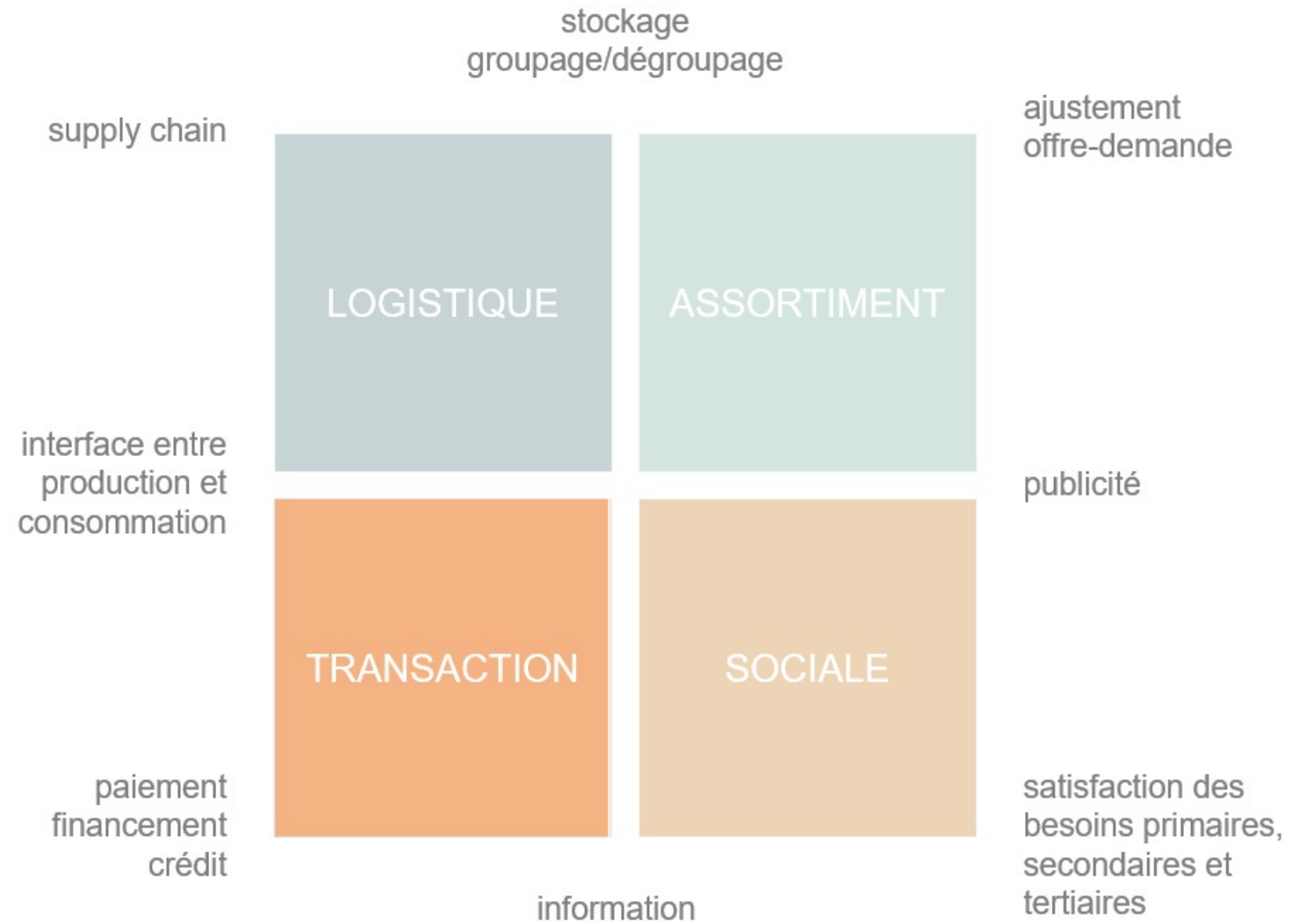
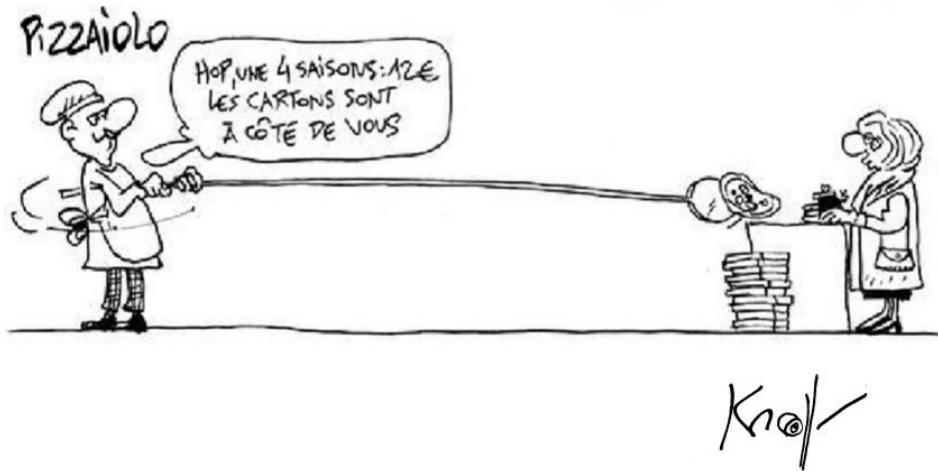


Source: Kroll, 2020 dans *Le Soir*.



Source: adapté de Vandercammen et Jospin-Pernet, 2010. p. 28-29.





# 20.000 verkoop- en dienstverleningspunt en die de stedelijke ruimte structureren

handel in 2017

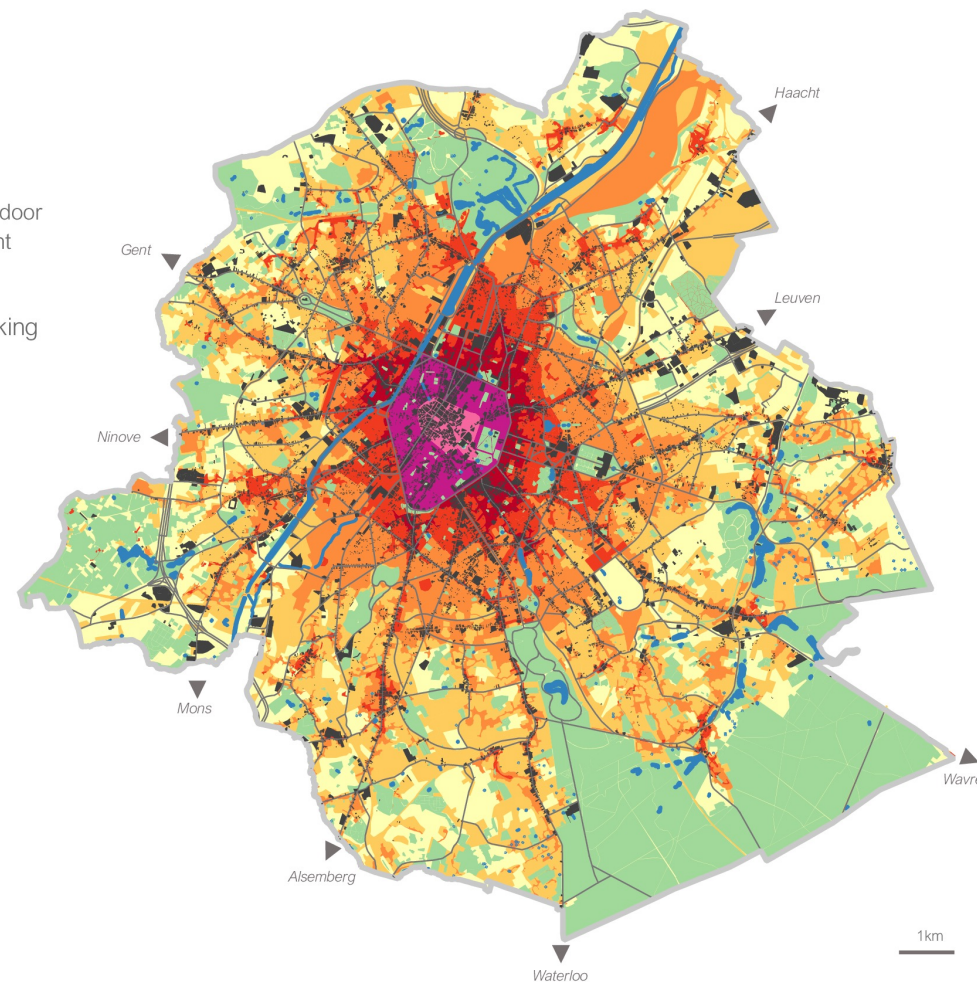
- kadastraal perceel bezet door minstens één verkooppunt

uitbreiding van de verstedelijking

- in de 12<sup>e</sup> eeuw
- in de 15<sup>e</sup> eeuw
- in 1858
- in 1880
- in 1930
- in 1955
- in 2017

huidige herkenningspunten

- groene ruimten
- rivieren en wateren
- hoofdwegen

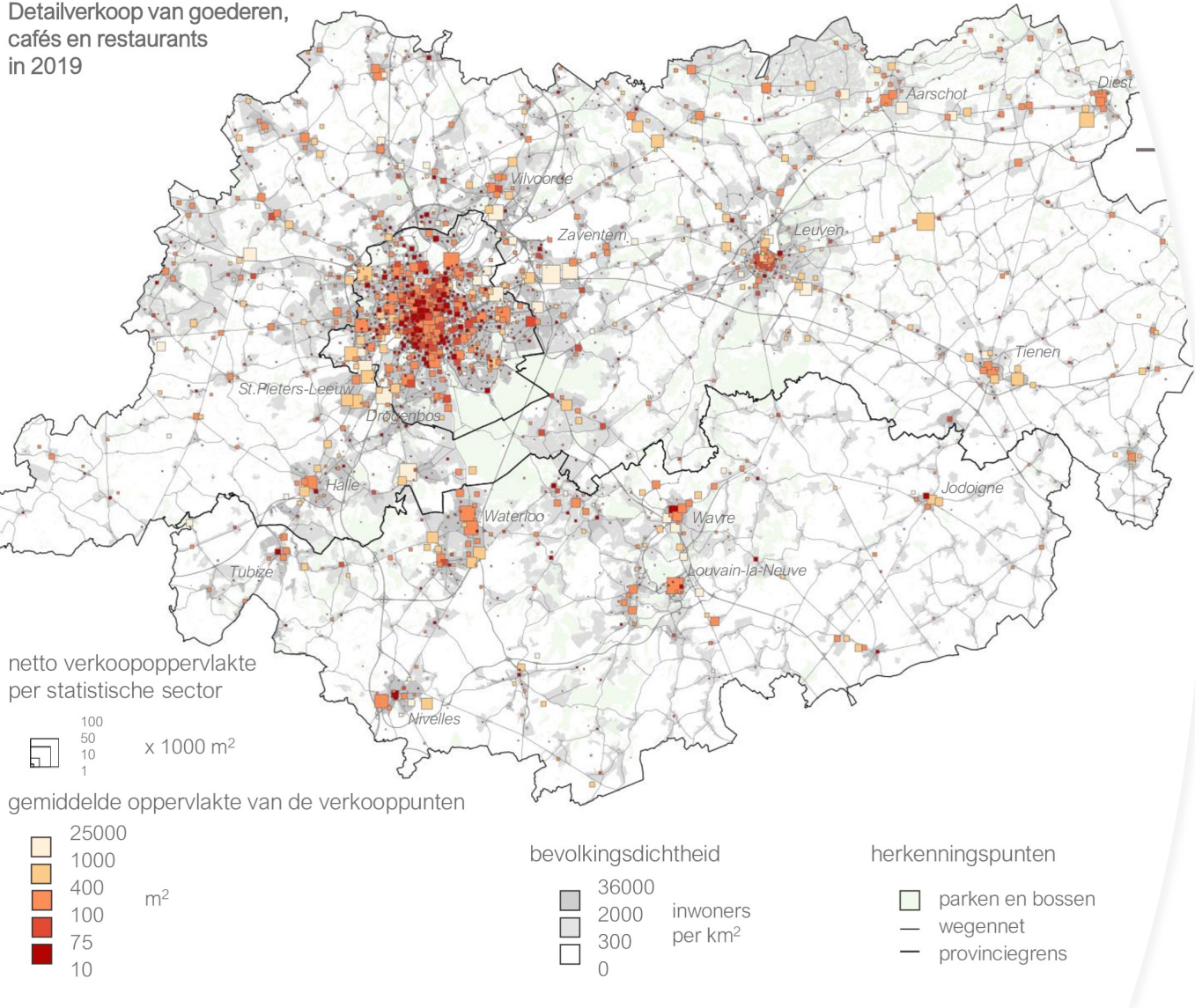


Bron: Brussels Studies, 2020

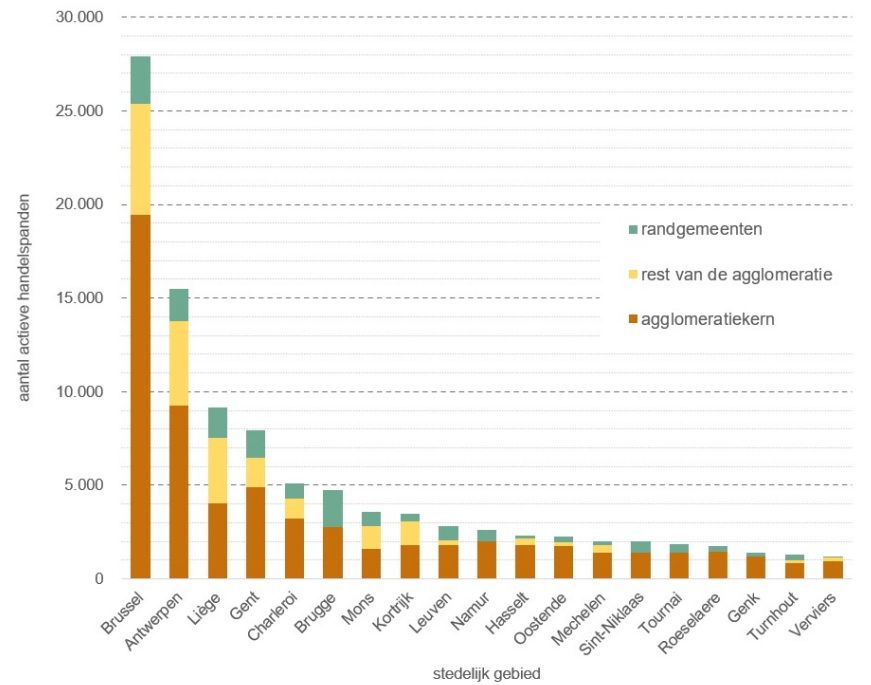
# III. (re-)configurations



Detailverkoop van goederen, cafés en restaurants in 2019



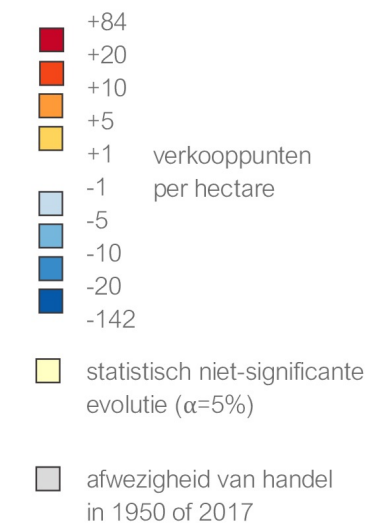
# Een structurerend commercieel aanbod op grootstedelijke schaal



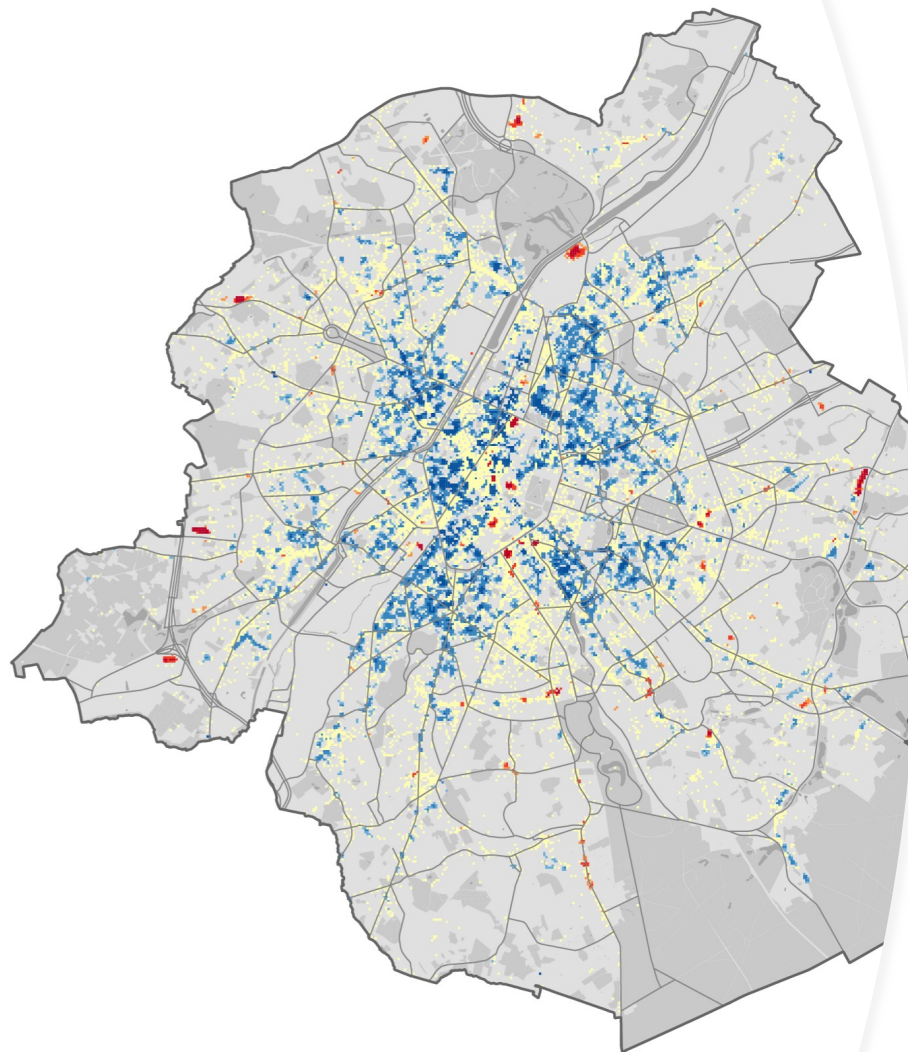
Bron: Brussels Studies, 2020

Evolutie van de handelsdichtheid  
tussen 1950 en 2017

variatie van de dichtheid

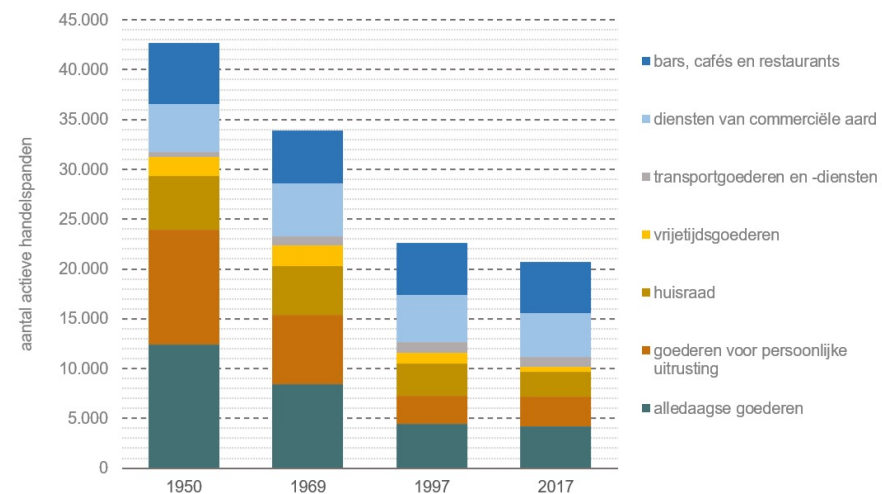


huidige herkenningspunten



Bron: Brussels Studies, 2020

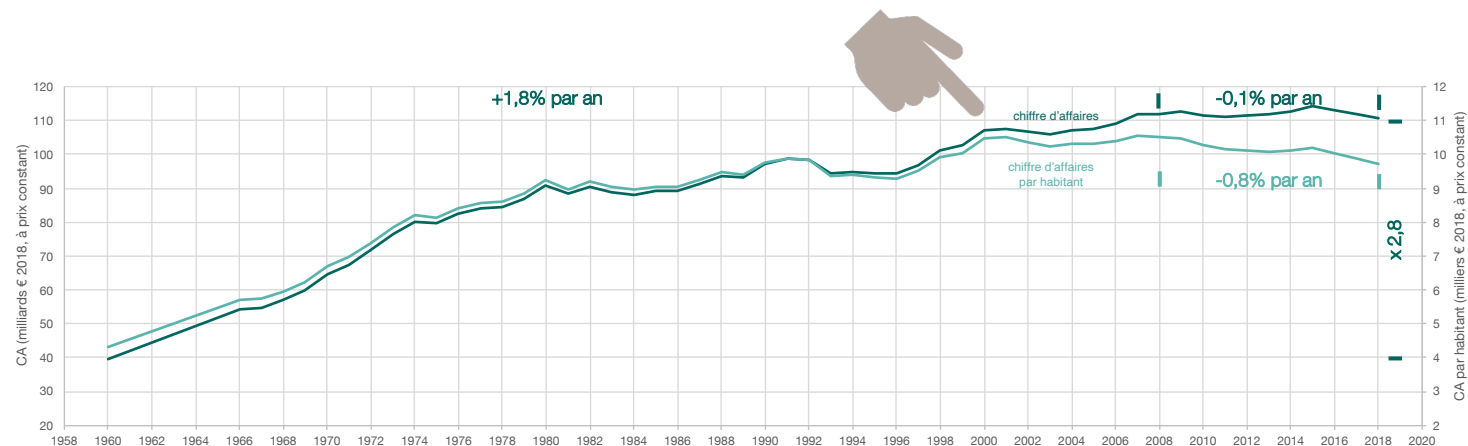
# Een ruimtelijke, sectorale en organisatorische herconfiguratie



*Het aantal verkooppunten neemt af, maar de m2 stabiel zijn of zelfs toenemen!*

Si le revenu de ménages stagne ou baisse significativement, la logique de rendements décroissants ne fera qu'accentuer la **stagnation du chiffre d'affaire par habitant** et alimentera la baisse du rendement au m<sup>2</sup> du commerce physique.

En parallèle, la **pression sur les marges augmente** du fait de couts d'exploitation accrus.

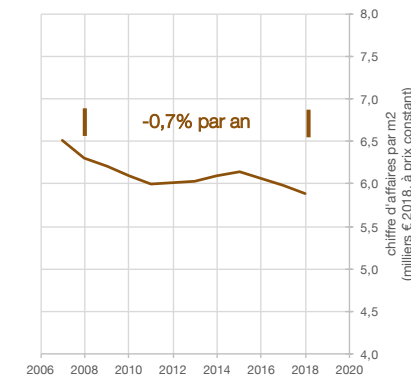


Le chiffre d'affaires du commerce de détail en Belgique stagne depuis le début des années 2000 et n'est plus entretenu que par la croissance démographique, le chiffre d'affaires par habitant étant lui en nette décroissance.

7600 €/m<sup>2</sup>  
en 1961

x 0,8  
-0,4% par an

5900 €/m<sup>2</sup>  
en 2018

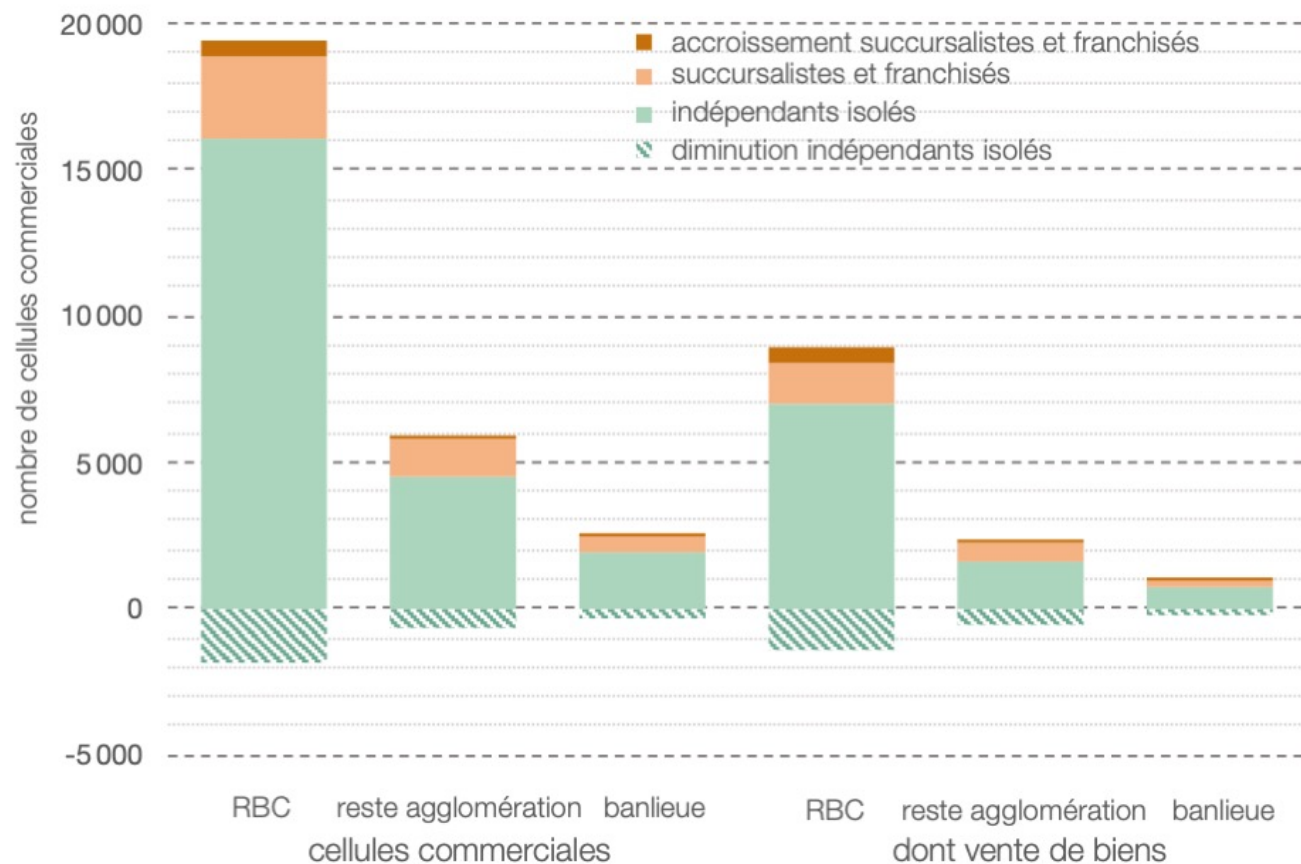


La croissance des surfaces nette de vente étant plus rapide que la croissance de la consommation transitant par le commerce de détail, le chiffre d'affaires par m<sup>2</sup> baisse, et ce plus rapidement au cours des dernières années.

Le commerce organisé (franchisés et succursalistes) n'est pas à l'abri de faillites et de restructurations, notamment dans le secteur textile.

Néanmoins, du fait des **économies d'échelle**, notamment pour la digitalisation accrue de l'activité, c'est probablement le **commerce organisé** qui tirera son épingle du jeu à l'issue de la crise du Covid-19.

Et ceci n'est pas forcément contradictoire avec le (relatif) renforcement du tropisme du consommateur pour le « local ».



Source: Brussels Studies, 2020

On n'aura probablement pas besoin d'autan de **m<sup>2</sup>** commerciaux dans les années à venir ... en tout cas pas au même niveau de **loyer** !

### « Laissez donc les rues commerçantes se vider »



De [www.retaildetail.be](http://www.retaildetail.be) - 10 août, 14:26

"Sauver des magasins en difficulté du naufrage ne revient qu'à leur offrir un sursis. Laissez-les donc disparaître et utilisez l'espace vacant pour construire des habitations. Telle est la conclusion à laquelle le groupe de réflexion, Social Market Foundation (SMF), est arrivé à l'issue d'une enquête sur la hausse du taux d'inoccupation dans les rues commerçantes britanniques. « Les hommes politiques qui s'engagent à sauver la rue commerçante promettent l'impossible aux électeurs », déclarent les chercheurs"



Avis de Benjamin Wayens :

Un des multiples constats convergents outre-manche, en partie transposable à la situation belge. Un ne gardera pas du commerce partout. L'heure des arbitrages et des reconversions est bel et bien venue.

### " Le besoin des marques en mètres carrés va continuer de diminuer "

Scoop.it!



De [trends.levif.be](http://trends.levif.be) - 3 juillet, 15:20

La crise n'est qu'un accélérateur du phénomène, parfois même un prétexte pour faire passer plus facilement des restructurations. Mais nous observons ce mouvement depuis des années au Royaume-Uni, très en avance en matière d'e-commerce. Les métropoles se renforcent au niveau commercial car chaque marque veut y avoir un flagship store expérientiel, tandis que les villes moyennes accumulent les fermetures de commerces. La volonté des grands groupes qui investissent massivement dans le commerce en ligne est en fait de réduire la superficie de vente et d'augmenter le chiffre d'affaires par mètre carré.



Dans les pôles urbains, la crise du Covid-19 a mis en exergue les **relations** du commerce et de son **environnement**.

### Bruxelles: le télétravail plombe la vie du centre-ville



De [plus.lesoir.be](#) - 2 juillet, 12:14

Les bureaux tardent à se remplir. Commerces et horeca trinquent : 50 % de chiffre d'affaires en moins. Et, pour certains, c'est pire. Tous espèrent une reprise à la rentrée. [...] C'est que le centre-ville bruxellois vit, aussi, du bureau. A un bout de la rue Neuve, c'est tout le quartier Nord qui, le midi, sortait billets et pièces au City 2 et alentours ; à l'autre extrémité, ce sont les immeubles des places De Brouckère et de la Monnaie qui lâchaient, à la pause déjeuner, leurs travailleurs dans les snacks, restos et commerces du coin. Imparfait de rigueur... Et tout le monde trinque, sans compter qu'à l'absence des uns fait écho celle des autres, les touristes, que l'on n'attend pas de sitôt.

### Des terrasses partout, une fausse bonne idée ?



De [ieb.be](#) - 2 juillet, 12:02

"Ces dernières semaines, une idée a circulé dans les médias, puis a été lentement mise en œuvre. Face à la crise sanitaire et économique, pourquoi ne pas étendre les terrasses pour permettre aux établissements de reprendre enfin leurs activités économiques. Ce nouveau principe d'aménagement de l'espace semble mettre tout le monde d'accord : les travailleur-euse-s pourraient récupérer l'ensemble de leurs revenus, certains tenancier-e-s pourraient éviter la faillite tandis que le/la flâneur-euse, en manque de contact social, pourrait à nouveau profiter des douceurs de la vie. Mais derrière cette image d'Épinal, se cache sans doute une réalité plus complexe. L'espace public est un territoire où les usages rentrent en concurrence et un arbitrage spécifique peut engendrer l'exclusion de certain-e-s. Sans avoir la prétention de trancher la question, ce texte envisage certains risques et tente de les illustrer."



Avis de Benjamin Wayens :

Clairement, la question de la cohabitation des fonctions et des publics dans l'espace urbain est à l'agenda. Et le commerce y occupe une position ambiguë : c'est espace accessible au public, occupant parfois largement l'espace public. Des questions en matière de gardiennage ou encore de nettoyage se posent aussi autour de cette ambiguïté.

Durant la pandémie, les consommateurs adaptent la **structure** de leur consommation, mais aussi et surtout les **canaux** d'acquisition.

Ce faisant, et si ces comportements perdurent, on assistera à une **accélération de l'évolution** du paysage commercial.

← News

## Enquête : le commerce électronique bénéficie d'une impulsion à long terme

28 AVRIL 2020 • RETAIL • GÉRY BRUSSELMANS



retailnews    retailevents    retailhub    retailhunts

### Le coronavirus stimule le commerce électronique et les magasins locaux

Published in  
Général on  
25-05-2020

Redactie



Photo : Dusan Pelkovic / Shutterstock.com

Il semble bien que le coronavirus ait définitivement changé le comportement d'achat des Belges : les consommateurs sont désormais entièrement favorables au commerce électronique, même s'ils indiquent qu'ils feront également plus souvent leurs achats dans les magasins de proximité.

### Kiabi lance le Drive piéton



Photo : Werner Leroy / Shutterstock

## Cinq conclusions, une semaine après la grande réouverture



Photo : Alexandros Michailidis / Shutterstock.com

### 2. Le magasin physique est de retour, mais n'a jamais disparu

Cela ne fait aucun doute : tant les consommateurs que les commerçants attendaient avec impatience la réouverture. Les nombreuses affiches arborant le message « Vous nous avez manqué » ont fait chaud au cœur. Quelle que soit l'ampleur de la croissance du commerce électronique pendant la période de confinement, qui a gagné une nouvelle part de marché qui sera difficile à récupérer, le magasin physique conserve son statut, tout ne peut pas être commercialisé en ligne.

D'ailleurs, tout ne se limite pas à la simple « course aux achats » : il y avait encore de la place pour l'amusement. Après tout, le shopping reste l'un des passe-temps préférés de beaucoup de gens, même dans le contexte difficile du coronavirus. Ils pourraient s'en servir à leur avantage.

### 3. Les mêmes gagnants avant et après le confinement

La semaine n'a pas été aussi bonne pour tout le monde : les magasins en périphérie ont pris le relais des magasins urbains et des centres commerciaux couverts. Ce revirement s'explique par plusieurs facteurs : l'espace ouvert, l'accessibilité et la gratuité du stationnement, l'image des prix, la crainte d'un afflux important dans les centres-villes, l'accent mis sur la course aux achats... L'intérêt pour certaines chaînes internationales a également été nettement plus important que pour les boutiques locales.

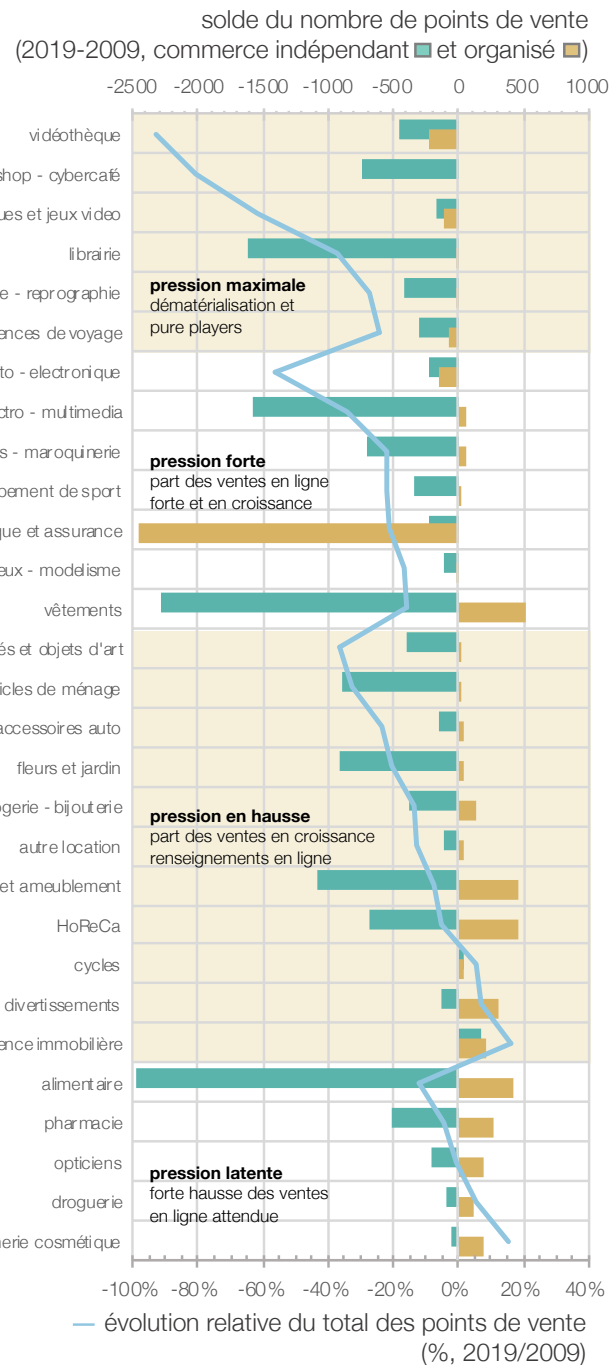
On connaît les grands gagnants : Ikea, Décathlon, Action, Primark, Kruidvat, Hema... Dans l'ensemble, les mêmes gagnants qu'avant la crise du coronavirus, bien entendu. Les magasins de chaussures et de baskets ont également attiré beaucoup de monde, tout comme les magasins de télécommunications. Le beau temps n'a pas profité aux centres commerciaux couverts...

Source: [www.gondola.be](http://www.gondola.be) et [www.retaildetail.be](http://www.retaildetail.be)

Le grand **gagnant** est clairement le **commerce en ligne**.

Ce n'est pas un phénomène neuf, mais le Covid-19 marquera clairement une accélération du processus de redistribution entre commerces physique et en ligne.

Avec une place relative accrue pour les acteurs issus du **commerce physique** fonctionnant maintenant dans une logique « **omnicanal** » ?





Le développement de la vente en ligne induit de profondes reconfigurations dans le commerce de détail. Les secteurs d'activité les plus soumis à la concurrence du commerce en ligne déclinent dans le paysage physique.

Le commerce intégré et associé résiste probablement un peu mieux à la croissance du commerce en ligne.

Source: Benjamin Wayens, Pernelle Godart, Mathieu Strale, Dominique Istaz, Xavier May, 2020, Une décennie d'évolution du commerce "brick and mortar" en Belgique. Une exploration des inventaires de terrain Locatus in [Géomarketing.hypotheses.org](https://geomarketing.hypotheses.org), <https://geomarketing.hypotheses.org/1430>

IV. Comment (re)adapter le  
commerce à la ville et la ville au  
commerce ?



- 
1. Faire le bon diagnostic: pas un déclin mais une reconfiguration
  2. Tenir compte de la population locale
  3. Capter les flux ou les retenir (touristes mais aussi navetteurs)
  4. Une stratégie inclusive pour le numérique dans le secteur
  5. Reconnaître le rôle majeur du secteur en tant qu'acteur de la transition
  6. Mettre l'immobilier au service du commerce, pas l'inverse
  7. Inclure réellement le commerce dans les politiques de mobilité multimodale
  8. Etablir et partager un référentiel d'action publique pour le secteur

# Une gouvernance publique (très) partagée et décentralisée

	État fédéral	Région	Communautés et commissions communautaires	Commune
<b>Organisation du marché et protection du consommateur</b>	Règlementation sur les contrats, garanties légales, formes de vente, prix, étiquetage et publicité, libre concurrence, aides d'état, marchés publics Lutte contre la fraude et inspection économique Métrologie, certification des produits Règlement judiciaire et extra judiciaire des litiges de consommation Statistiques économiques, en ce compris indice des prix Emploi des langues	Politique relative aux sacs et emballages Contrôle de l'application des législations spécifiques à certains types de produits (RECUPEL, ...) Contrôle de la chaîne de vente des produits biologiques Bien-être animal	Politiques de prévention et de promotion en matière de santé	Contrôles relatifs à la salubrité et à l'hygiène publique Soutien à l'organisation des braderies et festivités
<b>Implantations</b>	Normes de protection incendie des lieux accessibles au public	Règlementation urbanistique et accompagnement de l'application de la législation urbanistique Installations techniques classées (notamment réfrigération) Permis d'environnement (parkings, ateliers de préparation de denrées, de réparation ...)		Application des normes de protection incendie des lieux accessibles au public Application de la législation urbanistique et environnementale Modalités de mise à disposition de l'espace public pour les marchés, foires et autres activités ambulantes Autorisations spécifiques pour certains types d'activités Régies foncières des communes et CPAS
<b>Logistique et opérations</b>	Règlementation d'ouverture et repos hebdomadaire (et dérogation pour zones touristiques) Fixation des périodes de soldes Normes et contrôle de la chaîne alimentaire (AFSCA), santé publique Sécurité : prévention et lutte contre la criminalité, encadrement du gardiennage privé, normes incendie Suivi judiciaire et extrajudiciaire de la criminalité	Laboratoires publics d'analyses microbiologiques et chimiques. Sécurité : SIAMU Règlementation environnementale (gestion des nuisances notamment) et sur la gestion des déchets (prévention, recyclage, traitement) Soutien à l'économie circulaire et un système d'alimentation plus durable Aide à la croissance internationale Incubateur commercial et HORECA Subsides à la recherche et l'innovation Gestion de la mobilité et des chantiers Soutien aux structures de gestion de centre-ville	Suivi extrajudiciaire de la criminalité	Règlementation et contrôle du stationnement sur la voie publique, en ce compris pour les livraisons Sécurité et ordre public : règlement général de police Services de prévention (gardiens de la paix) Gestion de la mobilité et des chantiers Soutien aux structures de gestion de centre-ville Localisation et gestion des marchés
<b>Emploi et ressources humaines</b>	Sécurité sociale, en ce compris les cotisations patronales et des salariés et indépendants Règlementation du travail et conventions collectives, en ce compris salaire minimum et modalité d'indexation Règlement judiciaire et extra judiciaire des litiges liés au travail	Service régional de l'emploi Aides à l'emploi et réductions de cotisation Politiques de diversité, lutte contre la discrimination à l'embauche Congé éducation-formation Autorisation de travail pour les ressortissants non européens	Pouvoir subsidant et/ou organisateur d'établissements de formation initiale, professionnelle ou continue Certification des acquis de l'expérience Gestion de la Formation professionnelle individuelle en entreprise	Pouvoir organisateur de cours de l'enseignement obligatoire, supérieur et de promotion sociale
<b>Fiscalité et finances</b>	Fixation des taux et gestion de la TVA Droits de douane, accises, cotisations environnementales et d'emballage sur certains types de produits Impôt des sociétés	Primes, subsides, prêts et garanties aux entreprises Médiation de crédits Conseils financiers et juridiques	Droit relatif à diffusion audiovisuelle dans les établissements	Taxes locales sur le commerce, les enseignes ou certains types d'activités (HORECA, night-shops, agences de paris sportifs ...) Aide au développement économique local
<b>Organisation des entreprises</b>	Statut, obligations administratives ou comptables et enregistrement des entreprises	Agrément ou une autorisation pour exercer certaines activités Information et accompagnement des entreprises et des entrepreneurs Guichets d'économie locale		Guichets d'économie locale Soutien aux organisations de commerçants



#### INDEX

---

- Auteurs
- Mots-clés
- Index thématique
- Années

#### PUBLICATIONS

---

- Collection générale
- Notes de synthèse
- Fact Sheets

#### DOCUMENTS

---

- Dossiers thématiques
- Communiqués de presse

#### PRÉSENTATION

---

### Notes de synthèse



---

2020

---

143

## Kleinhandel in Brussel: de stad verzoenen met een sector in volle verandering

Synthesenota BSI

*Le commerce à Bruxelles : réconcilier l'urbain avec un secteur en reconfiguration*  
*Retail trade in Brussels: reconciling the city with a changing sector*

**Benjamin Wayens, Tatiana Debroux, Pernelle Godart, Céline Mahieu, Mathieu Strale et Emmanuel d'Ieteren**

Traduction de Annelies Verbiest (AV Translations)

<https://doi.org/10.4000/brussels.4342>

Cet article est une traduction de :

**Le commerce à Bruxelles : réconcilier l'urbain avec un secteur en reconfiguration** [fr]

Autre(s) traduction(s) de cet article :

**Retail trade in Brussels: reconciling the city with a changing sector** [en]

# questions commentaires compléments



via le « *chat* » ou le porte parole, maintenant !



par courriel: [benjamin.wayens@ulb.be](mailto:benjamin.wayens@ulb.be)



sur le carnet de recherches:  
<https://geomarketing.hypotheses.org>



sur Brussels Studies:  
<https://journals.openedition.org/brussels/4311>