comeos

Wallonie







CHARLES PETITHead Comeos Wallonie

Le commerce : un moteur pour l'économie...



Plus grand employeur privé en Wallonie = 138.000 travailleurs



Chiffre d'affaire de 21 milliards d'euro



Sur 100 € dépensés, 33 le sont dans le commerce



7.12.18



MAGASINS EN WALLONIE: STOP OU ENCORE



1

Une décennie d'évolution du « brick and mortar » 2

Panel de discussion: Magasin en Wallonie: Stop ou Encore

3

Vision et besoins du secteur

4

La vision de la région wallonne en matière d'implantations commerciales



13.02.20

1

Une décennie d'évolution du « brick and mortar » 2

Panel de discussion: Magasin en Wallonie: Stop ou Encore

3

Vision et besoins du secteur

4

La vision de la région wallonne en matière d'implantations commerciales



13.02.20





BENJAMIN WAYENS

Logisticien de recherche et maitre d'enseignement à l'Université libre de Bruxelles Comeos – 12 février 2020 - Les magasins en Wallonie : stop ou encore ?

UNE DÉCENNIE D'ÉVOLUTION DU COMMERCE « BRICK AND MORTAR» EN BELGIQUE

Une exploration des inventaires de terrain Locatus

Benjamin Wayens, Pernelle Godart, Mathieu Strale, Dominique Istaz, Xavier May

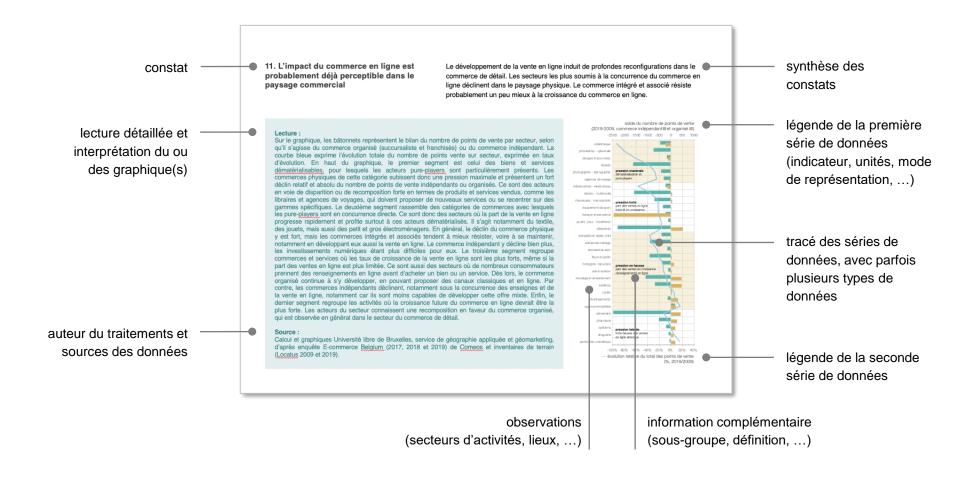
Tous les chiffres sont en ligne:

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*, https://geomarketing.hypotheses.org/1430

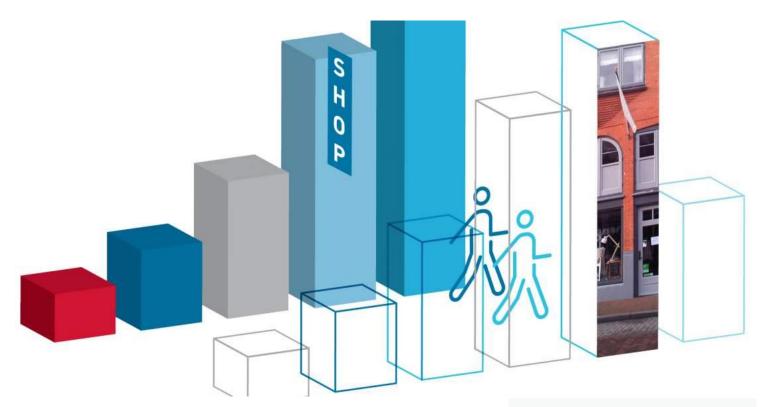
Pour bien se comprendre ...

Structure des fiches

geomarketing.hypotheses.org/1430



Les données





11

Ce qui est analysé: « brick et mortar »





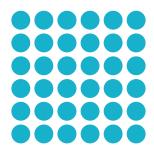
les points de **vente de biens**, qui représentent pour la Belgique en 2019 43,6 % des points de vente en Belgique. Ils comprennent entre autres les commerces d'alimentation, parfumerie, droguerie, vêtements, sports, optiques, jouets, loisirs, livres, électro, bricolage, meubles, cuisine, souvenirs,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





les lieux où se prestent **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 %).

Les unités de mesure



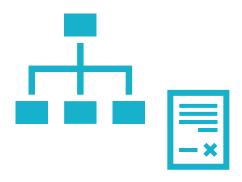




nombre de points de vente accessibles au public (pours la vente de biens <u>et les</u> services) La surface commerciale nette est la surface accessible et visible pour les clients : ce sont les locaux dans lesquels les commerçants reçoivent leurs clients. Il ne faut la confondre avec la surface brute louable (GLA pour gross leasable area) qui comprend en plus les réserves et des locaux techniques et réservés au personnel.

Disponible depuis 2009 <u>uniquement pour</u> la vente de biens

Les modes d'exploitation



Les enseignes ou chaines constituent dans cette analyse le commerce organisé, qui regroupe des commerces fonctionnant en réseau sous des statuts divers (succursalistes, franchisés, chaines volontaires, coopératives). Pratiquement, Locatus enregistre un point de vente sous forme de commerce organisé s'il en existe au moins sept sites dans le monde, ou si une entreprise emploie plus de 100 personnes.

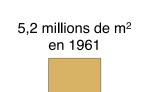


Le reste des effectifs est constitué d'établissements isolés (sans contrat de franchise notamment). Cette dernière catégorie est souvent assimilée aux petits commerçants indépendants. Mais juridiquement, les franchisés, qui font partie du commerce organisé, sont aussi des indépendants... La distinction dans la working paper n'est donc pas juridique, mais opérationnelle.

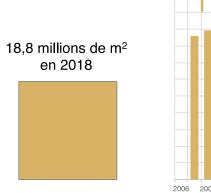
Les principaux constats

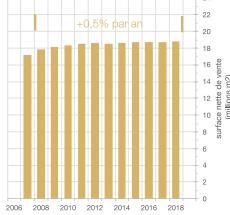
La croissance des m² se poursuit

Avec 18,8 millions de m² de surface nette de vente en Belgique, dont 1 million en plus depuis 2007, la croissance des m² se poursuit, même si elle s'est fortement ralentie depuis 2 décennies.



x 3,6 + 2,2% par an





Source

Estimations Université libre de Bruxelles, service de géographie appliquée et géomarketing, d'après recensement de l'Institut national de statistique (1961) et inventaires de terrains (Locatus 2007-2019).

En Wallonie



5,7 million

+0,5 million

+9,7 %

m² surface nette de vente en 2019

(vente de biens)

m² en plus depuis 2009

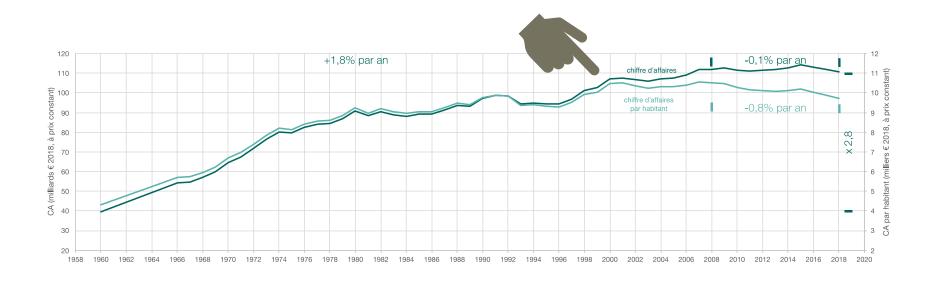
(vente de biens)

accroissement relatif entre 2009 et 2019

(vente de biens)

Le chiffre d'affaires total stagne, le chiffre d'affaires par habitant baisse

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.



Source:

Estimations Université libre de Bruxelles, service de géographie appliquée et géomarketing, d'après Coupain [2005], Annuaires statistiques de Belgique, SatBel et Banque Nationale de Belgique.

Le chiffre d'affaires par m² baisse

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 m² baisse, et ce plus rapidement au cours des dernières années.

8,0



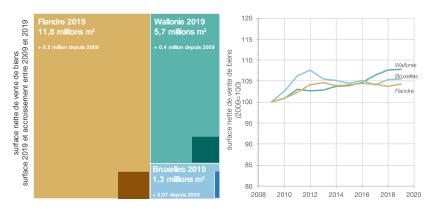
Lecture:

A l'échelle de la Belgique, le rendement par mètre carré, mesuré ici par le chiffre d'affaires par mètre carré de surface nette de vente du commerce de détail (au sens strict, vente de biens) est passé de 7 600 €/m² en 1961 à 5 900 €/m² en 2018. Au cours de la dernière décennie, le chiffre d'affaires stagnant et les m² continuant à croitre, le rendement a accéléré sa baisse, avec un taux de croissance annuel moyen négatif de -0,7%.

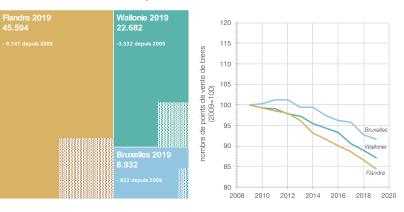
Plus de m², moins de points de vente

Pour ce qui concerne la vente de biens sensu stricto, on observe en 2019 plus de m² de surface de vente qu'en 2009. Mais il y a par contre nettement moins de points de vente qu'en 2009. On peut donc clairement affirmer que la diminution du commerce touche bien le nombre d'établissements où s'exerce une activité de vente de biens, mais pas les superficies commerciales utilisées pour cette activité.

surface nette de vente de biens



nombre de points de vente de biens

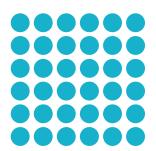


Source:

Calcul et graphiques Université libre de Bruxelles, service de géographie appliquée et géomarketing, d'après inventaires de terrain (Locatus 2009 et 2019).

points de vente de biens effectif 2019 et diminution entre 2009 et 2019

En Wallonie



50 500

points de vente

(vente de biens et services)

- 3 300

- 13%

■ ● 🗂

évolution depuis 2009

(vente de biens)

-1 000

- 4%



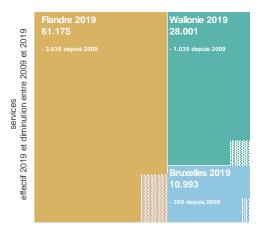
évolution depuis 2009

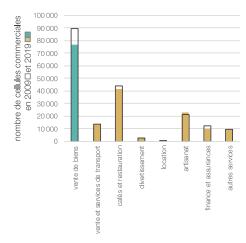
(services)

21

La diminution des services dans le paysage commercial est nettement moins forte que celle de la vente de biens

Les services à caractère commercial occupent plus de la moitié des cellules commerciales actives en Belgique. Malgré une légère baisse de leur effectif, notamment suite à la restructuration du secteur bancaire, leur part relative dans le paysage commercial tend à augmenter car les cellules occupées par des services diminuent nettement moins vite que les points de vente de biens.

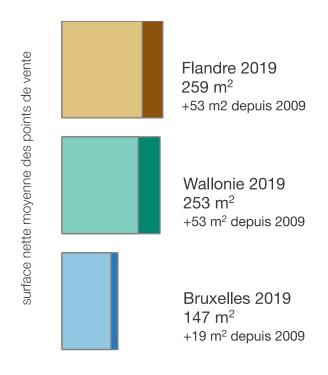




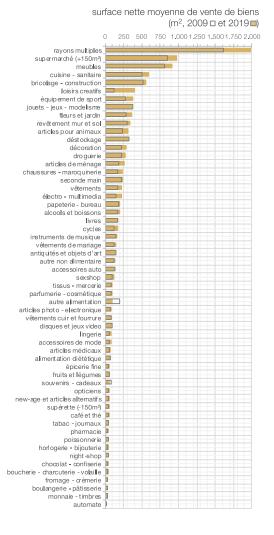
Source:

Moins de points de vente de biens, des points de vente plus grands

La croissance de la surface de vente s'opère dans un contexte de forte réduction du nombre de points de vente de biens, ce qui fait que la taille moyenne des points de vente continue à augmenter, dans quasiment tous les secteurs d'activités.



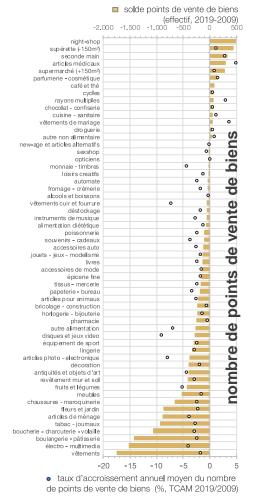
surface moyenne des points de vente

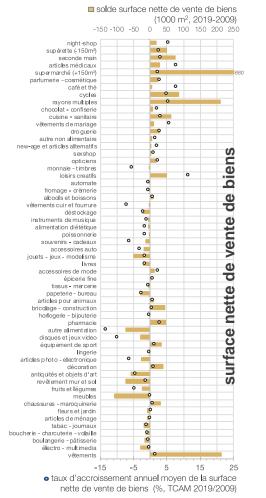


Source:

Des bilans positifs concentrés dans quelques secteurs d'activité

Les secteurs caractérisés par une croissance du nombre de leurs points de vente sont peu nombreux, ceux qui connaissent une croissance des surfaces le sont un peu plus. Ces évolutions en effectif et en surface de vente sont parfois corrélées, mais c'est loin d'être systématique. La croissance des surfaces nettes de vente est fortement concentrée dans les supermarchés et magasins à rayons multiples ainsi que dans le textile. Signe de l'évolution de la consommation, on notera la croissance des secteurs de la seconde main ou du cycle.





Source:

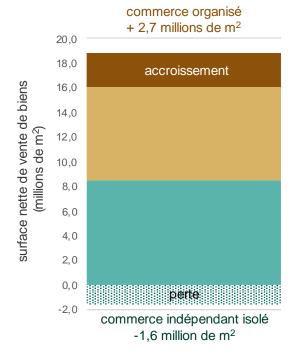
La croissance des m² est portée par le commerce organisé (succursalistes et franchisés)

Le bilan net positif, entre 2009 et 2019, d'un million de m² de surface nette de vente cache en fait des évolutions très différentes selon le mode d'exploitation des points de vente. Le commerce organisé, regroupant succursalistes et franchisés, est en nette croissance alors que le commerce indépendant au sens strict (à l'exclusion des franchisés) est lui en net déclin. On assiste donc à la poursuite, voire à l'accélération, de la reconfiguration de l'organisation du commerce en Belgique: le degré de concentration économique du secteur augmente.

Lecture:

Le bilan net positif, en Belgique, entre 2009 et 2019, d'un million de m² de surface nette de vente est en fait le solde positif de la perte nette de 1,6 million de m² dans le commerce indépendant et de la croissance nette de 2,7 millions de m² dans le commerce organisé.

Source:



En Wallonie



+ 0,5 million

+ 0,9 million ∴

- 0,4
million

bilan des m² (vente de biens)

bilan des m² commerce <u>organisé</u>

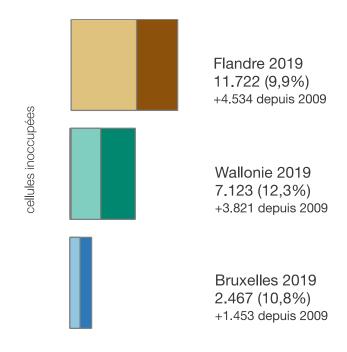
(vente de biens)

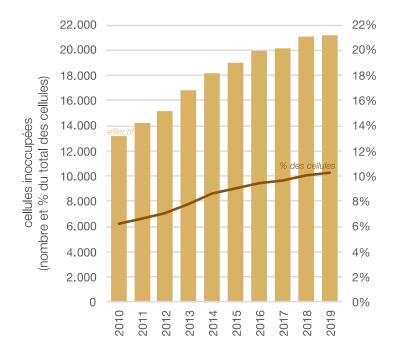
bilan des m² <u>indépendants isolés</u> (services)

26

I.12. La vacance commerciale augmente fortement, même si une partie des cellules vides est retirée du marché

La forte réduction du nombre de points de vente induit une forte croissance du nombre de (petites) cellules commerciales vides, qui ne sont pas toutes réoccupées par des services à caractère commercial. Suite aux reconversions déjà à l'œuvre, les cellules vides supplémentaires en 2019 ne représentent que 57 % des cellules ayant perdu une activité depuis 2009.





Source:

En résumé





Pas un déclin, mais une reconfiguration majeure de l'offre commerciale





Une baisse inquiétante des rendements au m²





Une concentration économique croissante du secteur, surtout pour la vente de biens





Un processus générateur de friches commerciales





Une situation plus difficile en Wallonie, du moins en terme relatif

Une décennie d'évolution du « brick and mortar » 2

Panel de discussion : Magasin en Wallonie : Stop ou Encore

3

Vision et besoins du secteur

4

La vision de la région wallonne en matière d'implantations commerciales



13.02.20 - 30 -

comeos Wallonie



BENJAMIN WAYENSLogisticien de recherche et maitre d'enseignement à l'ULB



EVA VAN WAESExpansion Director at
Delhaize Belgium



FILIP DE BOIS

Portfolio Director at

REDEVCO RETAIL &

BELGIUM Président du

BLSC



NICOLAS MARTIN Bourgmestre de Mons





BESOINS DES COMMERCANTS
VS BESOINS DES VILLES



QUELLES EVOLUTIONS?



13.02.20









QUELLES EVOLUTIONS?



13.02.20









QUELLES EVOLUTIONS?



13.02.20 - 34 -

Une décennie d'évolution du « brick and mortar » 2

Panel de discussion: Magasin en Wallonie: Stop ou Encore

3

Vision et besoins du secteur

4

La vision de la région wallonne en matière d'implantations commerciales



13.02.20 - 35 -





THIERRY QUERTINMONT

Administrateur Trafic / Fun - et membre du Comité de Direction Comeos Wallonie



Constats de Comeos



Vision 2020 - 2030



1. Constats de Comeos



- 1. Beaucoup de temps, d'argent et d'énergie sont investis dans le développement de projets qui sont parfois remis en cause
- Des exigences disproportionnées par rapport à la taille de certains projets (et rarement exprimées au départ) remettent en cause la viabilité du projet
- 3. Un parcours du combattant pour l'obtention de toutes les autorisations
 - Commune en sous-effectif, manque de connaissance des dossiers, ...





Constats de Comeos



Vision 2020 - 2030



13.02.20 - 39 -

2. Vision 2020-2030

2.1 Typologie : rôle des grandes villes et des villes moyennes



- **1. Grande ville** : pôle d'attractivité multirégional - international
 - Le commerce y est central (comme la culture, l'horeca et les services)
 - Centre-ville et périphérie se renforcent et y sont complémentaires



- 2. Ville moyenne : rôle de loisir, de services et de commerce de proximité
 - Le centre-ville répond aux besoins locaux courants
 - La périphérie permet le développement de plus grandes surfaces commerciales qui ne trouvent pas de place en centre-ville



13.02.20 - 40 -

2.2 Renaissance de la ville



- Besoin d'une vision globale des fonctions essentielles au bon fonctionnement de chaque ville
 - Du logement, des professions libérales, de la culture, des commerces, un service public de qualité,....
 - Un plan mobilité des personnes et des marchandises !
 - Un plan de remembrement immobilier (habitat et commerce)
- Il faut une vision par rue, par quartier pour attirer collectivement plusieurs enseignes/activités



2.2 Renaissance de la ville

- Commerce : besoin d'une approche par projet qui allie centre-ville ET périphérie
 - Le commerce veut être associé à la réflexion pour la revitalisation commerciale du centre-ville
 - Un plan pour le regroupement des (nouvelles) fonctions dans certains quartiers
 - Un plan "Commerce en ville" pour revitaliser les centres urbains et délimiter les noyaux périphériques en créant des liens entre commerçants et les autorités publiques



2.3 La périphérie

- Arrêter d'opposer la périphérie et le centre-ville !
 - → Ne pas surtaxer la périphérie sous prétexte de rendre le centre-ville attractif
- Le développement en périphérie se fera en regroupant des enseignes dans des noyaux
- Un plan pour identifier les nouvelles fonctions / missions d'un noyau périphérique
 - Loisir, hub logistique pour le centre-ville / e-commerce, complémentarité avec les fonctions du centre-ville, hub mobilité pour accéder au centre-ville,...





13.02.20 - 43 -

2.4 Plus de prévisibilité et de transparence



- Chaque commune ayant un noyau commercial doit établir en concertation avec la Région wallonne un schéma communal de développement commercial (SCDC)
 - Le schéma doit être PRECIS, OBJECTIF et CONTRAIGNANT
 - Un schéma ne s'arrête pas à la frontière!
- Un permis doit être obligatoirement octroyé, lorsque la demande répond au SCDC et aux critères d'implantation commerciale
- Lorsque le délai d'octroi de permis est écoulé, le permis doit être accordé automatiquement (comme aux Pays-Bas)

→ Il faut supprimer l'arbitraire dans l'octroi des permis!



Une décennie d'évolution du « brick and mortar » 2

Panel de discussion: Magasin en Wallonie: Stop ou Encore

3

Vision et besoins du secteur

4

La vision de la région wallonne en matière d'implantations commerciales



13.02.20 - 45 -





WILLY BORSUS

Vice-Président du Gouvernement wallon, Ministre de l'Économie, du Commerce extérieur, du Numérique, de l'Aménagement du territoire, de l'Agriculture, de l'IFAPME et des centres de compétences

comeos

Wallonie



MERCI POUR VOTRE ATTENTION



comeos

Wallonie

