

Le commerce

2



Cette thématique ne concerne que le commerce de détail. Outre les ventes réalisées au sein des immeubles affectés au commerce, ce chapitre intègre de façon secondaire le commerce ambulant, la vente par correspondance, le commerce électronique et les circuits courts (au sens de la vente chez le producteur). Bien que ces formes de commerces ne consomment pas d'espace spécifiquement destiné à l'activité commerciale, leur évolution peut affecter les dépenses des ménages effectuées au sein des commerces « spatialisés » et donc la demande en surfaces commerciales.

Le commerce de gros relève pour sa part du thème « Activités économiques et industrielles ».

Dans les pages qui suivent, on distinguera trois grands types de commerces qui ont chacun leur propre logique

de localisation :

- les commerces de biens de consommation courante (alimentaire et produits d'entretien) ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux (vêtements, parfums, livres...) ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux (meubles, bricolage, jardinage, électroménager...).

Enjeux

- En Wallonie, l'éloignement du commerce et de l'habitat implique une grande dépendance à l'automobile.
- De très gros projets de nouveaux complexes commerciaux sont peu respectueux de la hiérarchie urbaine.
- Déjà très présentes dans beaucoup de pôles commerciaux centraux, les cellules vides risquent d'augmenter au cas où le rythme d'ouverture de nouveaux commerces continue à dépasser largement la croissance démographique.
- Au niveau de l'emploi, au-delà de l'effet de la croissance démographique, on assiste à un jeu à somme nulle : les indépendants à titre principal étant remplacés par des salariés à temps partiel.

Etat des lieux

Une législation en évolution

Le cadre réglementaire relatif au permis socio-économique (nécessaire pour tout projet d'implantation commerciale de plus de 400 m² de surface de vente nette) a évolué à deux reprises au niveau fédéral depuis l'adoption du SDER en 1999 (loi du 13 août 2004, dite loi IKEA et loi du 22 décembre 2009). Tandis que la première loi a donné le pouvoir d'attribuer ce permis aux communes, la seconde a dû être adoptée rapidement pour mettre la législation belge en conformité avec la « Directive services » (directive européenne 2006/123/CE). Celle-ci interdit désormais de prendre en compte l'impact des projets sur la concurrence pour la délivrance des autorisations. Cette directive permet toutefois de tenir compte des effets des projets en termes d'aménagement du territoire, de mobilité et de développement durable dans le cadre de la procédure de délivrance des autorisations.

Un schéma régional de développement commercial

Dans la perspective d'une régionalisation de la compétence relative au permis socio-économique et face à la transposition de la « Directive services », l'actuel Gouvernement wallon a décidé de se doter d'un Schéma régional de développement commercial. Il s'agit d'un outil stratégique destiné à orienter à l'avenir les décisions en matière d'implantations commerciales dans un contexte où de nombreux projets commerciaux de grande ampleur posent différents problèmes au regard des défis du développement durable.

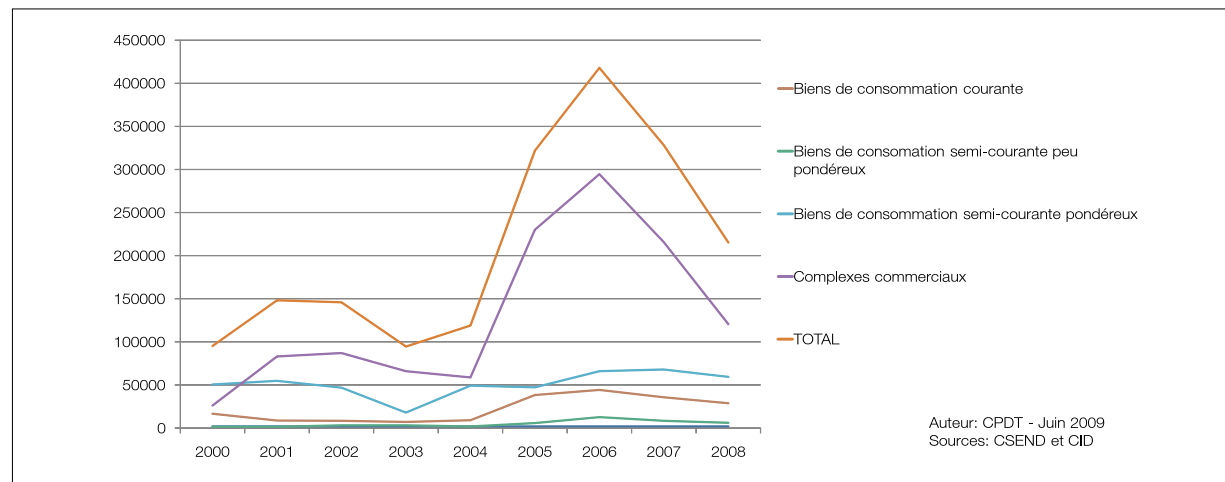


Fig. 1 : Evolution des surfaces de vente acceptées entre 2000 et 2008 en m²

Plus de 300.000 nouveaux mètres carrés acceptés par an

Une analyse des demandes de permis socio-économiques introduites entre 2000 et 2008 a été menée afin de mettre en évidence l'impact de la nouvelle loi IKEA. De 2000 à 2004, en moyenne, 163 demandes de permis socio-économiques par an ont été déposées en Région wallonne pour une surface nette totale de 1.212.554 m². Seules 61 % de ces demandes ont fait l'objet d'une décision finale favorable, soit 603.150 m² (50 % de la surface nette demandée). De 2005 à 2008, la nouvelle loi a entraîné un afflux de projets commerciaux. En moyenne, 245 dossiers de demande ont été enregistrés chaque année pour une surface totale de vente de 1.445.197 m². La proportion des projets ayant obtenu leur permis socio-économique a augmenté jusqu'à atteindre 84 % de la surface nette demandée (soit 1.209.013 m² supplémentaires).

La figure 1 illustre clairement ces constats. Le total de surface de vente acceptée passe en effet de 120.630 m² par an entre 2000 et 2004 à 301.920 m² par an entre 2005 et 2008.

Une augmentation d'un tiers de la surface de vente en moins de dix ans

Ramenée à l'ensemble de la population wallonne, la surface commerciale totale acceptée de 2000 à 2008 représente une augmentation de 524 m² par 1.000 habitants. Ceci correspond à un accroissement de près d'un tiers de la surface de vente existante en Wallonie, taux à confronter à celui de la croissance démographique pour la même période (+3,86 %). L'explosion des projets de complexes commerciaux ces dernières années illustre le rôle croissant joué par les promoteurs professionnels dans le développement de la nouvelle offre commerciale, que ce soit en périphérie ou en centre-ville.

Les pôles concentrent les commerces de vêtements

La localisation des projets ayant fait l'objet d'une décision positive peut s'analyser à deux échelles. La première échelle met en relation la situation de ces projets avec le projet de structure spatiale du SDER 99. Les projets relatifs à des commerces de biens de consommation courante sont souvent des projets de dimension modeste (moins de 2.000 m²) répartis équitablement sur l'ensemble du territoire wallon. Les projets relatifs aux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux sont également pour la plupart des projets de dimensions modestes mais cette fois principalement concentrés au sein des communes reprises comme pôles du SDER 99. Cette distinction entre la dispersion relative des libres-services alimentaires et la concentration dans les pôles urbains des commerces de vêtements, chaussures... est conforme à la théorie des places centrales de Christaller¹. Les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux font l'objet de projets de dimensions diverses et se rencontrent dans divers types de communes (les pôles du SDER 99 mais aussi certaines communes rurales et périurbaines). En ce qui concerne les projets de complexes commerciaux (le mix commercial étant en général non précisé dans le cadre du permis), il est fréquent de rencontrer de très grands projets (plus de 20.000 m² de surface de vente). Ceux-ci se concentrent à la fois dans les pôles du SDER 99 et, au sein des grandes régions urbaines, dans des communes non centrales de l'agglomération et dans la banlieue.

Des objectifs de recentrage

A une échelle plus fine, l'analyse a porté sur la localisation des projets au regard de la métrique piétonne (intégration au bâti urbain ou position nettement périphérique). Pour ce faire, des indicateurs ont été produits afin de vérifier si les constats du SDER 99 à ce sujet restent valables. Ce dernier soulignait en effet une localisation croissante des grandes surfaces commerciales en périphérie des villes et villages, à l'écart de l'habitat et, en conséquence, en des lieux très dépendants de la voiture. Il nuancit ce constat en précisant que pouvait être observé un double phénomène : une offre de consommation de masse localisée en périphérie des villes et une offre plus spécialisée au sein de celles-ci. De plus, dans ses intentions, le SDER 99 énonçait l'idée que « L'implantation de centres commerciaux et de grandes surfaces commerciales à l'écart des villes et des noyaux d'habitat ne sera plus autorisée. Ce type de commerces devra à l'avenir s'inscrire dans le tissu d'habitat, ou pour le moins le juxter et être aisément accessible à pied et en transport en commun ».

Appliqué à l'ensemble des projets ayant obtenu un permis socio-économique entre 2000 et 2008, les critères inspirés des politiques menées aux Pays-Bas et en Allemagne (voir encadré) ont donné les résultats suivants pour les deux périodes analysées (Tableau 1).

Indicateurs produits afin de juger la localisation plus ou moins périphérique du commerce tenant compte des principes appliqués aux Pays-Bas et en Allemagne.

Dans ces pays, on localise le commerce dans une logique de courtes distances par rapport à l'habitat afin de maximiser le recours aux alternatives à la voiture grâce à une forte mixité des fonctions et à la position centrale de la fonction commerciale. Toutefois, ce principe de courtes distances est adapté en distinguant trois types de commerces :

- Les commerces d'achats courants (dont on cherche à équiper un maximum de quartiers urbains et de villages, de manière à ce qu'un maximum de personnes aient accès à ce genre de commerce dans un rayon de 400 à 700 mètres) ;
- Les commerces d'achats semi-courants peu pondéreux (qui doivent obligatoirement y être implantés au sein de noyaux commerçants existants ayant une position centrale vis-à-vis de l'habitat et du réseau de bus local) ;
- Les commerces d'achats semi-courants pondéreux (qui peuvent comme en Wallonie s'installer en périphérie même si une relative proximité de l'habitat et des lignes de bus est recherchée).

Ces principes ont été traduits en critères quantitatifs pour l'ensemble du territoire wallon sur base des données du cadastre et de la SRWT. Pour les achats courants, il a été vérifié si chaque nouvelle implantation était voisine (dans un rayon de 400 mètres) d'un volume de logements suffisant au regard de la densité de population de la commune. Dans les communes de moins de 35 habitants/km², ce seuil a été fixé arbitrairement à 80 logements et à 400 logements dans les communes les plus denses. Pour les points de vente liés aux achats semi-courants peu pondéreux (y compris les complexes commerciaux), il a été vérifié si trois conditions étaient réunies :

- Le projet se trouve-t-il au voisinage (à moins de 700 mètres) d'un grand volume de logements (seuils élevés pour privilégier les parties les plus agglomérées des tissus bâtis mais variables à nouveau en fonction de la densité de la commune) ?

¹ Selon cette théorie, les services à la personne se distribuent sur un territoire de façon à se concentrer de manière hiérarchique en fonction de la fréquence à laquelle on recourt à ceux-ci. Les services courants se dispersent dans un grand nombre de localités tandis que, au fur et à mesure que l'on envisage des services de moins en moins courants, ceux-ci se concentrent dans un nombre de plus en plus réduit de polarités rayonnant sur un territoire de plus en plus vaste.

- Se trouve-t-il à moins de 35 mètres d'un autre commerce faisant partie d'un noyau commercial préexistant (le noyau commercial principal ou un noyau d'au moins 40 commerces) ?
- Se trouve-t-il à moins de 500 mètres d'un arrêt bien desservi par les bus (fréquence totale cumulée des différentes lignes desservant l'arrêt au moins égale à 100 % de la fréquence de la ligne la plus fréquente de la commune) ?

Pour les points de vente d'achats semi-courants pondéreux, deux conditions ont cette fois été prises en compte :

- Le projet se trouve-t-il au voisinage (à moins de 700 mètres) d'un volume de logements minimal (seuils à nouveau fixés en fonction de la densité de la commune) ?
- Se trouve-t-il à moins de 500 mètres d'un arrêt correctement desservi par les bus (fréquence totale cumulée des différentes lignes desservant l'arrêt au moins égale à 75 % de la fréquence de la ligne la plus fréquente de la commune) ?

Type de projet commercial	2000 - 2004	2005 - 2008
Biens courants	71%	46%
Biens semi-courants peu pondéreux	33%	19%
Biens semi-courants pondéreux	51%	37%
Complexes	36%	11%

Tab. 1 : Proportion de projets commerciaux ayant obtenu un permis socio-économique et dont la localisation contribue à limiter la dépendance à la voiture — SOURCES : CPDT (2010), CESND (2000-2004) ET CND (2005-2008)

Une périurbanisation du commerce

Au vu de ce test, il apparaît qu'une part importante des projets acceptés depuis 2000 a une localisation périphérique qui contribue à accroître la dépendance à la voiture et à déformer les noyaux commerçants centraux. Sont particulièrement concernés les commerces de biens semi-courants peu pondéreux et les complexes commerciaux (qui en comportent généralement une part significative). Le constat du SDER 99 relatif à la localisation d'une offre plus spécialisée au sein des centres n'est plus valide. Si, jusqu'au milieu des années 90, l'offre commerciale périphérique concernait encore fort peu les commerces d'achats semi-courants peu pondéreux, c'est désormais l'ensemble du commerce qui a tendance à se périurbaniser au regard des distances favorables à l'usage de la marche à pied. Depuis ces quinze dernières années, même les commerces de biens de consommation semi-courants peu pondéreux s'implantent massivement à la périphérie, que ce soit au travers de projets périphériques initiés par des promoteurs professionnels (centre commerciaux, retail parks...) ou par l'autopromotion. Suite au développement de l'offre commerciale le long des axes routiers situés dans les périphéries aisées des grandes villes (Loverval, Erpent, Neupré, Nandrin...), même le commerce de luxe a subi

un profond mouvement de périurbanisation. De plus, suite à la loi IKEA, la proportion de projets localisés de façon adéquate en vue de limiter la dépendance à la voiture a eu tendance à chuter.

Dissociation croissante entre la localisation des logements et des commerces

Cette dissociation croissante entre commerces et logements s'oppose au principe de mixité raisonnée des fonctions prôné par le SDER 99 et aggrave l'ampleur des défis mobilité, énergie, climat et cohésion sociale (via la croissance des déplacements en automobile pour le motif achats et la réduction de l'offre commerciale accessible aux personnes peu motorisées). La politique menée en matière d'implantations commerciales n'est toutefois pas seule responsable de cette évolution. Elle est aussi liée à la façon dont se distribue la nouvelle offre en logements. A cet égard, depuis le début des années 1970, la part des logements construits à moins de 700 mètres (et plus encore à moins de 400 mètres) d'un libre-service alimentaire est en train de régresser (Figure 2). Depuis l'adoption du SDER en 1999, cette dissociation entre logements et commerces s'est encore renforcée, l'habitat neuf se développant de plus en plus au sein de petites entités dépourvues de tout commerce.

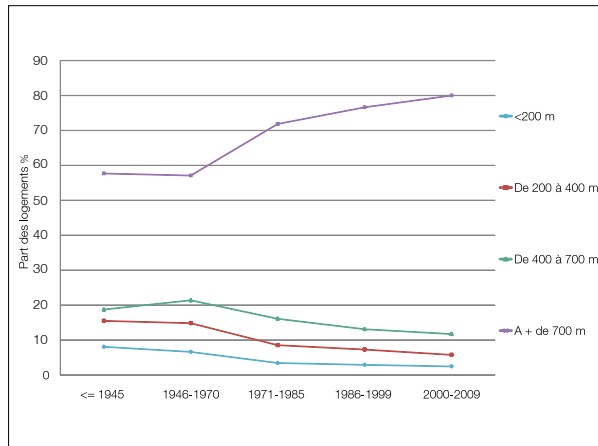


Fig. 2 : Part des logements situés au voisinage des libres-services alimentaires selon la distance au commerce et selon l'époque de construction en Région wallonne
 SOURCES : CADMAP (2009) ET SEGEFA-ULG (2010)

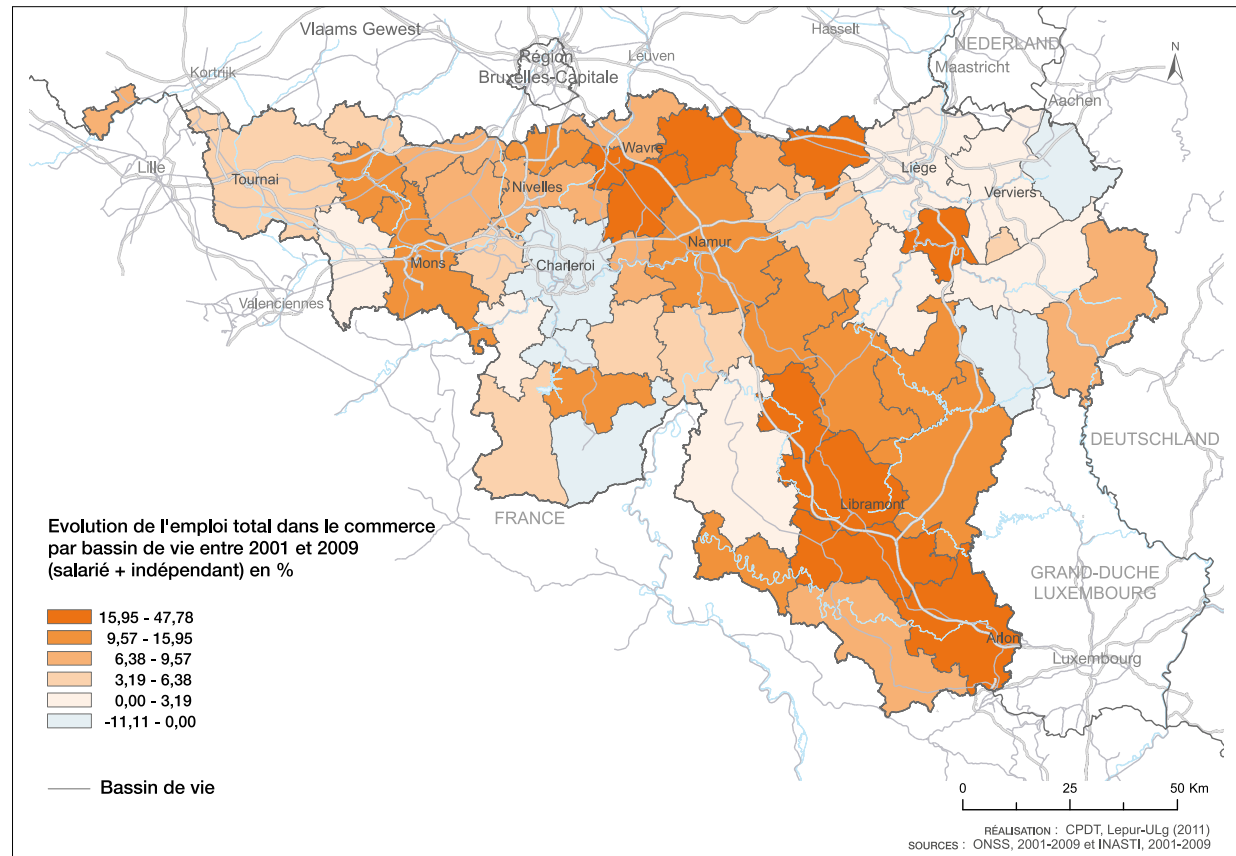
Une croissance de l'emploi dans le commerce plus faible que l'augmentation de population

Au niveau de l'emploi dans le commerce, on constate, entre 2001 et 2009, une évolution tout à fait divergente entre le nombre de salariés, d'une part, et d'indépendants, d'autre part (Tableau 2). Tandis que le nombre de salariés a augmenté dans une large proportion (+ 18,13 %), le nombre d'indépendants à titre principal subissait un net repli (- 5,79 %). Globalement, le nombre d'emplois total dans le commerce connaît une évolution fortement positive (+ 6,48 %).

Cependant, comme les emplois salariés créés sont surtout le fait de temps partiels, les chiffres d'emploi en nombre d'équivalents temps plein (ETP) traduisent une évolution faiblement positive (+ 2,36 %). Cet accroissement est

	Volume en 2001	Volume en 2009	Evolution en %
Emploi salarié	63.826	75.396	+ 18,13%
Emploi indépendant	60.538	57.032	- 5,79%
Emploi total salariés + indépendants	124.364	132.428	+ 6,48%
Nombre total d'ETP	92.909	95.100	+ 2,36%

Tab. 2 : Evolution de l'emploi dans le secteur du commerce entre 2001 et 2009 en Wallonie — SOURCES : ONSS, INASTI ET BNB



Carte 1 : Evolution de l'emploi total dans le commerce par bassin de vie entre 2001 et 2009 (salarié + indépendant) en %

d'ailleurs plus faible que la croissance démographique pour la même période (+ 3,86 %). En dehors de l'effet de l'évolution de la population, on assiste globalement à un jeu à somme nulle malgré l'ajout de centaines de milliers de mètres carrés de commerces. Cette faible croissance de l'emploi total dans le commerce s'explique par diverses causes : évolution des dépenses des ménages (stagnation de la part destinée à l'acquisition des biens vendus dans le commerce vs hausse des postes logements, énergie, télécommunication, transport, santé...), développement des discounts (faible ratio emploi / chiffre d'affaires), développement du commerce électronique et des achats transfrontaliers...

Une diminution de l'emploi à proximité de frontières

Au niveau de la répartition spatiale de l'évolution de l'emploi, il apparaît clairement que les croissances de l'emploi dans le commerce se concentrent là où l'évolution démographique est forte tandis que l'emploi stagne ou régresse là où la population n'évolue guère ainsi que dans quelques sous-régions situées aux abords des frontières (Carte 1).

Chaque Wallon dispose d'1,5 m² de commerce

Une étude menée à la demande du Ministre de l'économie² par le SEGEFA – ULg a permis de recenser en 2009-2010 le nombre de mètres carrés de surface de vente de tous les commerces situés au sein d'un nodule commerçant (au moins 40 points de vente ou 3.000 m² de surface de vente) et de tous les points de vente dispersés de plus de 400 m². Ces données permettent de comparer l'offre

commerciale présente en Wallonie avec celle de territoires voisins. Tandis que la Région comporte en moyenne 1.575 m² de surface de vente / 1.000 habitants (commerces de moins de 400 m² hors nodule non compris), les territoires voisins obtiennent les ratios suivants : 1.716 m² en Flandre, 1.645 m² aux Pays-Bas et 1.714 m² dans la Région urbaine d'Aix-la-Chapelle. Globalement, il n'existe donc pas de réel problème de sous- ou de suréquipement commercial en Wallonie, ce qui n'empêche pas l'existence de déséquilibres au niveau local.

Une distribution de l'offre commerciale favorisant les pôles, mais pas seulement

Pour analyser la distribution spatiale de l'offre commerciale en Wallonie, il convient de distinguer à nouveau trois grands types de commerces (achats courants vs semi-

courants peu pondéreux vs semi-courants pondéreux). Au niveau communal, on peut mettre en relation l'offre commerciale avec le type de commune concernée sur base du projet de structure spatiale du SDER 99 (Tableau 3). A une échelle plus large, on peut examiner comment se distribue l'offre par bassin de vie sur base du découpage suggéré en 2002 par la CPDT (Carte 2).

Si les pôles du SDER bénéficient d'un équipement commercial supérieur à la moyenne pour les trois types de commerces, cette domination est surtout sensible concernant l'offre commerciale la plus typique des centres-villes : les commerces d'achats semi-courants peu pondéreux. Ce type de commerce a donc une forte propension à se concentrer dans les pôles urbains. Pour les achats courants, un grand nombre de communes (y compris rurales) disposent d'une offre de proximité adaptée à leur volume

Type de commune	Achats courants			Achats semi-courants peu pondéreux			Achats semi-courants pondéreux		
	Ratio en m ² /1000 hab.	Rapport du ratio à la moyenne RW	Ecart type	Ratio en m ² /1000 hab.	Rapport du ratio à la moyenne RW	Ecart type	Ratio en m ² /1000 hab.	Rapport du ratio à la moyenne RW	Ecart type
Pôles du SDER 99	735	135%	272	662	155%	372	794	131%	668
Communes non centrales d'agglomération	525	97%	279	320	75%	278	463	76%	347
Autres communes	300	55%	290	168	39%	392	423	70%	681
Moyenne RW	542	100%		427	100%		606	100%	

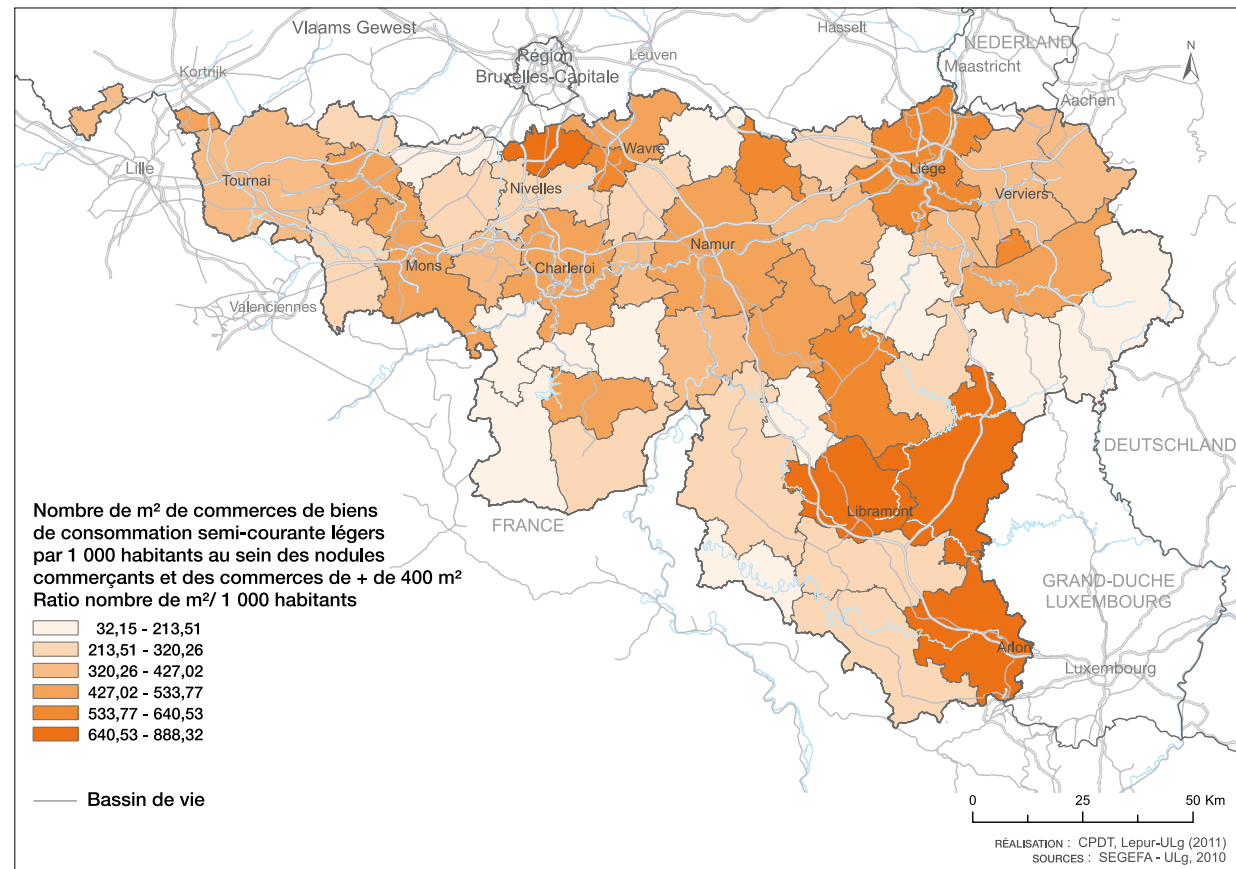
Tab. 3 : Offre commerciale moyenne par 1.000 habitants selon le type de commerce et le type de commune au regard du SDER 99
SOURCES : SEGEFA – ULG (2010)

² JASPARD M., CHRISTOPANOS P., MERENNE B. ET DEVILLET G., 2010. Gestion des permis socio-économiques en matière de commerce de détail en Région wallonne : Mise en place de l'outil LOGIC (L'ocalisation et Gestion des Implantations Commerciales).

de population. Pour les achats semi-courants pondéreux, la prépondérance des pôles urbains est aussi limitée. Du fait de la forte densité de certains pôles urbains, les très grandes surfaces commerciales de ce type tendent souvent à privilégier une localisation plus périphérique, en dehors de l'agglomération morphologique. En résumé, la localisation de l'offre commerciale respecte assez bien, dans les grandes lignes, la hiérarchie urbaine sous-jacente au projet de structure spatiale du SDER 99. Néanmoins, derrière des moyennes cohérentes avec cette logique, se cachent d'importantes disparités locales comme en attestent les importants écarts-types au regard des ratios moyens correspondants. Au sein des pôles du SDER, on retrouve à la fois des pôles disposant d'un équipement commercial très largement dimensionné au regard de leurs confrères (Waterloo, Libramont...) et d'autres souffrant d'un léger sous-équipement. En dehors des pôles du SDER, à côté de communes très clairement suréquipées (Messancy, Awans...), existent de très nombreuses communes à l'offre commerciale quasi nulle. Si pour les achats semi-courants, cette absence d'offre commerciale peut se comprendre, elle pose question pour les commerces alimentaires. Cette absence d'offre de proximité pour des achats fréquents en certains endroits et cette sur-offre ailleurs imposent en effet de longs déplacements pour les populations locales.

Une offre équilibrée au niveau des bassins de vie

Calculés à l'échelle des bassins de vie, les ratios révèlent une distribution spatiale de l'offre commerciale fortement lissée suite au mélange de communes à la fois très bien et très mal équipées. Cet effet de lissage est particulièrement évident en ce qui concerne les commerces de biens de consommation courante. Ainsi, sur les 49 bassins de vie, 35 ont un ratio moyen compris entre 75 et 125 % du ratio moyen wallon. Ce sont surtout les bassins couvrant l'Ardenne et la Famenne qui ont des ratios bien supérieurs au

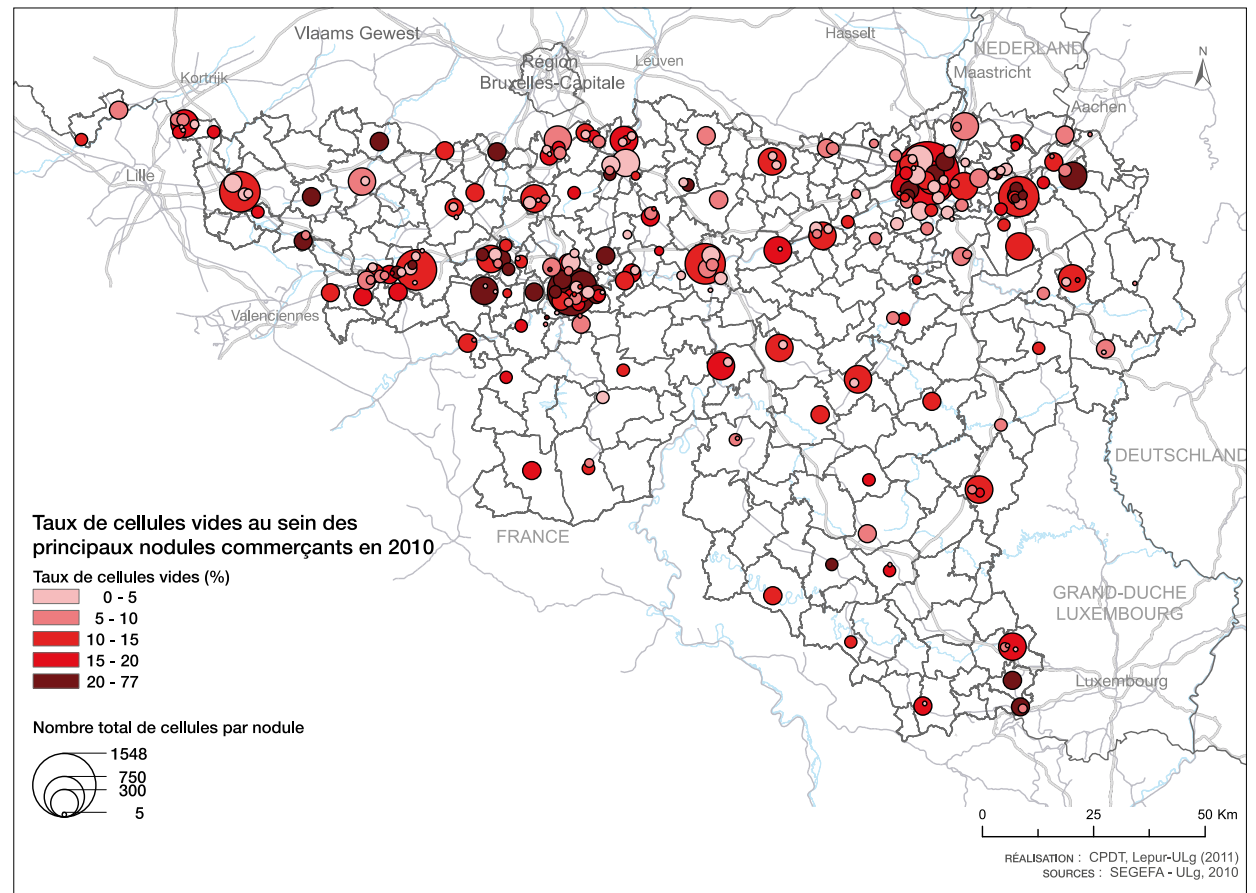


Carte 2 : Nombre de m² de commerces de biens de consommation semi-courante légers par 1.000 habitants au sein des nodules commerçants et des commerces de plus de 400 m² (ratio nombre de m² / 1.000 habitants)

ratio moyen wallon, ce qui s'explique notamment par l'impact de la fréquentation touristique sur le commerce. Un même effet de lissage, bien que moins affirmé s'observe aussi pour les achats semi-courants pondéreux. Pour les achats semi-courants peu pondéreux, l'effet de lissage est le moins prononcé (les bassins centrés sur les principaux pôles urbains ressortent nettement). Ceci montre avant tout que, pour ce type d'achats, l'aire de chalandise des principales villes wallonnes (en particulier celles du sillon et de l'axe de la E411/N4) s'étend au-delà de ces bassins de vie (Carte 2).

13,5 % de cellules vides

Les relevés du SEGEFA concernant les nodules commerciaux permettent aussi d'analyser la distribution spatiale des cellules vides³ en leur sein en 2010 (Carte 3). La moyenne régionale du taux de cellules vides dans l'ensemble des nodules s'élève à 13,5 %. Ce taux moyen est dépassé dans un grand nombre de polarités commerciales des régions de Charleroi, d'Arlon et, dans une moindre mesure, de Verviers et de La Louvière. La région namuroise et divers pôles du Brabant wallon (surtout Louvain-la-Neuve, Ottignies et Waterloo) s'en sortent beaucoup mieux. Dans beaucoup de petites villes, on constate une nette dichotomie entre un centre-ville aux nombreuses cellules vides et un pôle périphérique en bien meilleure santé. Ceci illustre le jeu de vases communicants s'opérant à l'occasion des nouvelles implantations périphériques mais soulève aussi la question de l'inadéquation fréquente entre la taille des cellules commerciales disponibles dans les centres-villes et celle recherchée aujourd'hui par les acteurs de la grande distribution.



Carte 3 : Taux de cellules vides au sein des principaux nodules commerçants en 2010

³ Une cellule vide est un commerce inoccupé, qu'il s'agisse du rez-de-chaussée d'un immeuble ne comportant qu'une cellule commerciale ou d'une cellule au sein d'un complexe commercial qui en comporte plusieurs. Ne sont pas pris en compte dans cette analyse les anciens commerces transformés en logements ou accueillant désormais d'autres types de services.

Besoins et perspectives

Des friches commerciales en cas de poursuite de la tendance

Dans un scénario au fil de l'eau, on peut postuler la poursuite dans les années à venir du rythme auquel les projets commerciaux voient le jour ces dernières années. Cela reviendrait à ajouter chaque année entre 120.000 m² et 300.000 m² de nouvelles surfaces de vente. Il est certain que le prolongement d'une telle tendance jusqu'à 2020 et, plus encore, 2040 devrait aboutir à un fort accroissement des friches commerciales situées tant en centre-ville qu'en périphérie. Le rythme actuel avec lequel ces projets voient le jour est en effet trop rapide ou leur taille trop importante par rapport au rythme auquel évoluent les besoins de la population en produits vendus dans le commerce.

Une régulation possible, en fonction de l'augmentation de la population

Pour rester dans un scénario n'impliquant aucun ajout de nouvelles friches, le nombre de mètres carrés de surface de vente pouvant être ajoutés annuellement devrait en effet s'approcher du résultat de la multiplication du ratio moyen de surface de vente (1.575 m² / 1.000 habitants) et des prévisions en matière de croissance démographique au niveau wallon. Ceci correspond à un volume de 40.000 m²/an d'ici 2020 avant de descendre à 26.000 m²/an entre 2020 et 2040. Dans ces derniers chiffres, n'est toutefois pas comprise la nouvelle offre qui viendrait se substituer à l'ancienne.

Des types de développement commerciaux plus gourmands que d'autres

Traduire ces estimations de nouvelles surfaces de vente en hectares de nouvelle urbanisation n'est pas chose aisée. Cela dépend du choix du type de développement qui oscille entre deux tendances. Si l'on continue à privilégier les développements monofonctionnels de type « boîte à chaussures » ou parcs commerciaux périphériques, de grandes quantités de terrains seront nécessaires, notamment pour le parking. Par contre, si l'on privilégie des formes mixtes (appartements aux étages des commerces) plutôt centrées sur le cœur des noyaux d'habitat, la surface de terrains vierges de toute construction à consacrer spécifiquement au commerce peut être fortement réduite.

Un accroissement possible des distances des déplacements pour les achats

Dans un scénario tendanciel et dans l'hypothèse d'une absence de dispositif régional de régulation des implantations commerciales, il est probable que s'amplifie le problème du surdimensionnement / sous-dimensionnement de certains appareils commerciaux au regard du volume de population de l'entité territoriale concernée et de son rôle en tant que pôle scolaire, touristique, d'emploi, de services... Outre le problème des friches commerciales que ceci peut engendrer, il est certain que cette tendance devrait favoriser un accroissement des distances de déplacement liées au motif achats.

De même, le prolongement des tendances en cours quant à la localisation privilégiée des commerces hors des centres-villes et des quartiers d'habitat devrait accroître la

dépendance à la voiture et réduire l'accessibilité à la fonction commerciale pour les populations non ou peu motorisées. Ceci viendrait donc amplifier l'ampleur des défis de la mobilité, de l'énergie, du climat, mais aussi de celui de la cohésion sociale. Avec le vieillissement de la population, un éloignement renforcé entre résidence et commerce devrait obliger les pouvoirs publics à multiplier plus encore les initiatives pour rendre accessibles les commerces aux personnes âgées.

L'impact paysager associé à ce scénario devrait également être assez négatif vu le gabarit souvent très imposant des projets commerciaux et vu leur implantation fréquente en périphérie sous une forme de ruban.

Un nombre d'emplois stable, quel que soit le scénario retenu

Au niveau de l'effet direct de ce scénario tendanciel sur l'emploi dans le secteur commercial, le commerce de détail est une activité induite (cf. l'effet de vases communicants). Il est donc peu probable que ce scénario aboutisse à des résultats plus favorables qu'en cas d'adoption d'un dispositif régional volontariste de régulation des implantations commerciales limitant l'ampleur des développements nouveaux et les orientant vers les noyaux de vie ; en particulier, vers les centres-villes. Le scénario tendanciel ne devrait d'ailleurs avoir guère d'impact vis-à-vis du problème de la balance commerciale au niveau des achats transfrontaliers et transrégionaux. Si la situation wallonne est plutôt négative à cet égard par rapport aux quatre pays voisins, l'origine principale réside en effet dans l'existence d'un différentiel fiscal. Par ailleurs, la forte présence de cellules vides dans de nombreux

centres-villes devrait avoir un impact négatif sur l'image de marque des villes wallonnes et, indirectement, sur l'attractivité du territoire wallon vis-à-vis des investisseurs, des touristes et des consommateurs étrangers.

Bibliographie

BASTIN A., LAMBOTTE J.-M., MÉRENNE-SCHOUMAKER B., PIRART F. (2009). *Expertise commerce*. Rapport final de la subvention 2008-2009 – Septembre 2009, CPDT, Etat d'avancement + Annexes.

CALONGER J.-L. (2008). *L'évolution de l'appareil commercial en Belgique*. Les Cahiers de l'Urbanisme, n°70, pp. 20-25.

JASPARD M., CHRISTOPANOS P., MERENNE B. ET DEVILLET G. (2010). *Gestion des permis socio-économiques en matière de commerce de détail en Région wallonne : Mise en place de l'outil LOGIC (Localisation et Gestion des Implantations Commerciales)*, étude SEGEFA-ULg réalisée pour le Gouvernement wallon (Ministre de l'Economie).

JEHIN J.-B. (2002). *Influence des politiques des pouvoirs publics en matière d'implantation commerciale sur l'activité en centre-ville, Comparaison : Liège, Maastricht et Aix-La-Chapelle*. Bulletin de la Société géographique de Liège, n° 42, pp. 39-51.

LAMBOTTE J.-M., MÉRENNE-SCHOUMAKER B., PIRART F. (2010). *Expertise commerce*. Rapport intermédiaire de la subvention 2008-2009 – Mai 2010, CPDT, Etat d'avancement + Annexes.

MÉRENNE-SCHOUMAKER B. (2008). *Géographie des services et des commerces*. Presses Universitaires de Rennes, 255 p.