

ANNEXE 1 : SYNTHÈSE DES RESULTATS DE L'EXPERTISE RELATIVE AUX IMPLANTATIONS COMMERCIALES¹

1. CONTEXTE DE L'ÉTUDE

A la demande du précédent Gouvernement wallon, la présente expertise relative aux implantations commerciales prend place dans le cadre de la transposition de la directive européenne « Services » qui vise à éliminer les barrières à l'implantation des commerces dans un objectif de libre concurrence. De ce fait, l'évaluation d'un projet d'implantation commerciale ne peut plus se baser sur des considérations socio-économiques. Il convient de remplacer cette approche par une évaluation reposant sur des critères relatifs à la mobilité, à l'aménagement du territoire et au développement durable. Le fait que la compétence de la délivrance des permis relatifs aux implantations commerciales, actuellement fédérale, pourrait passer sous peu aux mains des Régions justifie par ailleurs l'intérêt pour une telle expertise. La déclaration de politique régionale du nouveau Gouvernement prévoit d'ailleurs que la Région se dote d'un Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC).

Tel que défini en 2008 par le précédent Gouvernement, l'objectif de cette expertise est « *d'établir des lignes de force d'une stratégie régionale des implantations commerciales dans la perspective du développement territorial durable* ». Avant de décrire les étapes de l'analyse menée jusqu'ici, il est utile de repréciser certains enjeux reliant la problématique de la localisation du commerce de détail, les comportements de mobilité et les engagements internationaux liés à la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES).

Pour rappel, le "Paquet Energie & Climat" a été présenté le 23 janvier 2008 par la Commission européenne. Pour les secteurs non soumis jusqu'ici à l'ETS (*Emission Trading Scheme* ; c'est-à-dire au système des quotas de CO₂), soit le bâtiment, les transports, l'agriculture et les déchets, l'UE a fixé un objectif européen de réduction de 10 % des émissions en 2020 par rapport aux niveaux de 2005. La Commission a défini un objectif spécifique pour chaque état membre, celui de la Belgique est fixé à -15 %. Pour la Région wallonne, dans le cadre des secteurs non soumis à l'ETS, les transports et les bâtiments résidentiels sont de loin les deux secteurs les plus émetteurs de CO₂. Soulignons que le secteur du transport est celui qui enregistre la plus forte croissance des émissions ces dernières années (+ 40 % entre 1990 et 2004 en Wallonie). Il devient donc urgent de s'attaquer aux causes profondes à l'origine de cette explosion. La localisation du commerce de détail est, à cet égard, un élément crucial de la politique de limitation de l'étalement urbain qu'il est urgent de mettre en place.

Au sein de la mobilité des personnes, rappelons l'importance des déplacements pour le motif achats (environ 20 % des déplacements un jour moyen²) et des déplacements domicile-travail des travailleurs du secteur commercial (environ 10 % de l'emploi présent en Wallonie x 16 % des déplacements un jour moyen)³. Les achats apparaissent d'ailleurs aujourd'hui comme le principal motif de déplacement de la population wallonne. De plus, la part de la

¹ Auteurs : Lambotte J.-M., et Pirart F., sous la direction de : B. Mérenne-Schoumaker (LEPUR-ULg)

² D'après TOINT P., BARETTE P. ET DESSY A., 2000, *Enquête nationale sur la mobilité des ménages (1998-1999) – Contribution de la Région wallonne à l'enquête ménages*, Rapport final, GRT – FNDP, p. 93. Ce chiffre de 20 % (19,8 % précisément) est obtenu en tenant compte qu'une partie des déplacements pour le motif « retour vers la maison » (soit 34,9 % des déplacements) est lié au motif achat et s'ajoute donc aux 12,9 % des déplacements ayant pour motif « aller faire des courses ».

³ D'après TOINT P. et al., 2000, p. 93. Ce chiffre de 16 % (15,5 % précisément) est obtenu en tenant compte qu'une partie des déplacements pour le motif « retour vers la maison » (soit 34,9 % des déplacements) est lié au motif travail et s'ajoute donc aux 10,1 % des déplacements ayant pour motif « aller travailler ».

voiture en Région wallonne pour le motif lié aux achats était de l'ordre de 75 % lors de la dernière enquête sur la mobilité des ménages en Wallonie (TOINT. P. et al., 2000, p. 115).

On peut émettre le postulat qu'un objectif de la stratégie à adopter concernant le commerce serait de parvenir à ce que les nouveaux équipements commerciaux se localisent de façon à atteindre une réduction de 15 % de la part modale de la voiture d'ici 2020 (soit une chute de 75 % à 63,75 %). Pour les alternatives à la voiture, l'accroissement relatif de la part modale totale correspondant au passage de 25 à 36,25 % équivaut à une croissance de + 45 %.

2. APERÇU GÉNÉRAL DU DÉROULEMENT DES TRAVAUX

La présente mission d'expertise a été décomposée en six phases :

1. Un cadrage de la problématique consistant en un relevé des différentes études et outils d'aide à la décision ayant pour objet les implantations commerciales. Ce relevé a servi à synthétiser les différents enseignements et recommandations qui y figurent ainsi qu'à identifier les sources des données utilisées par les auteurs de ces études. Les avis d'organismes tels que le CESRW et l'UVCW ont été analysés durant cette phase. Les intentions de la Région wallonne relatives aux implantations commerciales inscrites au sein du SDER ont aussi été identifiées ;
2. La mise en évidence des tendances actuelles et futures en matière d'offre (évolution des formes, du rôle des acteurs...) et de demande (structure de la population, comportements de mobilité, dépenses des ménages...) commerciales. Cette étape s'est principalement basée sur des interviews d'experts issus de divers organismes : FEDIS, UCM, le Conseil belgo-luxembourgeois des Centres commerciaux, l'AMCV, l'Agence des quartiers commerçants de la Région de Bruxelles-Capitale (ATRIUM). En outre, Philippe Moati, Professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot et Directeur de recherche au CREDOC a été sollicité pour rédiger une note de réflexion prospective sur l'avenir du commerce de détail ;
3. Un benchmarking consistant en une analyse de la manière dont est gérée la question des implantations commerciales dans six régions et pays voisins (Flandre, Pays-Bas, Allemagne, France, Luxembourg et Angleterre). Quatre dimensions principales ont servi de fil rouge à cette analyse comparative :
 - la stratégie adoptée par la puissance publique en matière de localisation des commerces dans une optique de développement territorial durable ;
 - la législation qui y est relative ;
 - les outils et mesures destinés à favoriser l'implantation et/ou le maintien des commerces en centre urbain/rural (partenariats public-privé...) ;
 - l'articulation des politiques menées aux différentes échelles territoriales (application du principe de subsidiarité) ;
4. Une analyse des permis socio-économiques octroyés ou refusés depuis 2000. Cette partie, toujours en cours, a pour but de dégager d'éventuelles corrélations entre les caractéristiques du projet (nature, superficie...) et celles du cadre dans lequel il s'inscrit (centre ou périphérie, proximité de l'habitat, revenus...). Cette étape devrait permettre de mieux comprendre la logique des choix opérés par les opérateurs et les pouvoirs publics au cours de ces dernières années ;
5. La formulation de propositions d'orientations et de lignes de conduite. C'est sur ces résultats que porte le reste de cette synthèse ;
6. L'évaluation de nos propositions par un panel d'experts. Pour ce faire, deux tables-rondes ont été programmées. Une première est destinée aux représentants d'organismes qui font partie du comité socio-économique national pour la distribution (UCM, syndicats, FEDIS...). Une seconde table ronde vise à rencontrer les gestionnaires de dossiers (fonctionnaires délégués, fonctionnaires communaux, DAR et DAL). Cette phase du

travail a été postposée à la prochaine subvention afin de permettre au nouveau Gouvernement de prendre préalablement connaissance des résultats de nos travaux.

Les résultats des trois premières phases du travail ont été synthétisés dans le cadre de l'annexe du rapport intermédiaire de la CPDT de mars 2009. Cette synthèse se basait elle-même sur le rapport intermédiaire (et ses annexes) présenté en février 2009 à notre comité de pilotage. Toutefois, dans le cadre des phases deux et trois, des compléments viennent d'être apportés au cours des derniers mois. Ces nouveaux apports sont présentés dans les annexes 2 à 5 du présent Rapport final de la subvention 2008-2009. Ces annexes concernent :

- le rapport du Professeur Moati portant sur une réflexion prospective relative aux dynamiques du secteur commercial (Annexe 2) ;
- les résultats du benchmarking relatifs à trois territoires voisins (Pays-Bas, Allemagne, Grand-Duché de Luxembourg) pour lesquelles des compléments ou corrections ont été apportés ces derniers mois (Annexe 3 à 5) ;

En outre, concernant la phase 4 de l'expertise, les premiers résultats de l'analyse des permis socio-économiques sollicités sur la période 2000-2008 sont présentés à l'Annexe 6 du présent Rapport final de la subvention 2008-2009.

La phase 5 fait quant à elle l'objet du point trois ci-après de la présente annexe, pour sa version synthétique, ainsi que de l'Annexe 7. Cette dernière constitue un document de travail présentant les réflexions méthodologiques sous-tendant nos propositions et la discussion sur les premiers tests visant à opérationnaliser les critères que nous proposons d'adopter.

3. PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS ET DE LIGNES DE CONDUITE

Dans cette partie, nous n'avons pas réfléchi à l'élaboration d'un processus décisionnel vis-à-vis des projets d'implantation commerciale, à la répartition des compétences ou au rôle des divers acteurs dans ce processus. Nous nous sommes centrés sur les critères qu'il serait utile de mettre en œuvre afin que la localisation des implantations commerciales s'inscrive à l'avenir dans la logique d'un développement territorial durable. Pour ce faire, nous sommes basés sur les principaux résultats issus de l'analyse des politiques des régions / pays voisins, en particulier l'Allemagne et les Pays-Bas. Les critères retenus sont destinés à être inscrits dans un document à portée stratégique tel que pourrait l'être le futur Schéma Régional de Développement Commercial que compte initier le nouveau Gouvernement.

Notre proposition est qu'à l'avenir, tout projet d'implantation commerciale soit évalué sur base de deux critères principaux :

- un critère macrospatial relatif au respect de la hiérarchie urbaine ;
- un critère microspatial relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture et à la mixité entre commerce et logement.

A ces deux critères principaux s'ajoute un troisième critère secondaire visant à combattre l'urbanisation en ruban le long des routes régionales en dehors des tissus agglomérés via une procédure de permission de voirie.

Les deux principaux critères que nous proposons sont en lien direct avec l'enjeu d'une réduction de 15 % des émissions de GES dans le transport. Pour ce second critère, le lien est évident : atteindre l'objectif d'une part modale de 36,25 % d'ici 2020 pour les alternatives à la voiture ne peut être fait qu'en articulant de façon très fine les développements commerciaux avec les développements résidentiels et, secondairement, avec l'offre en transport en commun. Le critère du respect de la hiérarchie urbaine doit, pour sa part, être interprété comme un critère visant à minimiser les déplacements de longue distance pour le seul motif achats et à inscrire ceux-ci dans des chaînes de déplacements impliquant le minimum de détour au maximum de clients. Ce critère doit donc être compris comme la recherche d'une organisation de l'offre commerciale qui permette :

- d'éviter un surdimensionnement de certaines polarités impliquant de longs trajets en voiture pour une grande partie de la clientèle qui serait amenée à fréquenter cette localité pour ce seul motif des achats ;
- d'éviter un sous-dimensionnement de l'appareil commercial de certains pôles, source également de longs trajets.

Il s'agit donc de tenir compte du rôle joué par chaque polarité en tant que pôle d'emploi et de services (administratifs, scolaires, de santé...) et de la desserte en transport collectif.

3.1 UNE PROCÉDURE UNIQUE BASÉE SUR DES CRITÈRES CLAIRS EXPLICITÉS DANS UN DOCUMENT STRATÉGIQUE

Une seule procédure combinant l'ensemble de la problématique (critères d'aménagement du territoire, d'urbanisme et socio-économiques) paraît plus cohérente. Cette procédure devrait s'inscrire dans un cadre stable et prévisible via des critères d'évaluation clairs et explicites pour les opérateurs de l'immobilier commercial afin d'éviter de freiner globalement les investissements dans les projets commerciaux tout en orientant ceux-ci vers les localisations et sous une forme qui soient le plus proche possible de ce qui est souhaité du point de vue du développement durable.

Par ailleurs, il convient d'éviter que cette stratégie se limite à des termes susceptibles d'une très large interprétation ; au contraire, elle doit être précisée de façon à rendre ces critères opérationnels au travers de la mesure d'éléments objectifs et quantifiables.

Dans les pays voisins, ces critères sont souvent exposés de façon plus ou moins précise dans un document d'orientation (donc sans valeur réglementaire). Ici aussi, nous préconisons que la description précise de ces critères ne prenne pas une valeur réglementaire. En particulier, le critère du respect de la hiérarchie urbaine se prête mal à une réglementation rigide car, comme dans de nombreux systèmes spatiaux liés au comportement humain :

- on a à faire à un continuum en termes de hiérarchie urbaine (difficultés à fixer des seuils) ;
- derrière cette hiérarchie urbaine se cachent en fait des aspects tant quantitatifs que qualitatifs (un m² commercial dans un commerce de luxe ne vaut pas un m² commercial dans un discount) ;
- la hiérarchie urbaine peut se modifier notamment en raison de l'évolution de la population : l'aire de chalandise de certains pôles secondaires voit leur population chuter ou stagner tandis que d'autres liés à de petites villes ou grosses bourgades rurales connaissent une croissance démographique rapide.

En outre, si certaines dérogations aux principes édictés étaient accordées, il conviendrait dans ce cas d'être attentif au respect d'une certaine règle de proportionnalité et à ce que l'autorité justifie dûment la raison pour laquelle elle s'écarte des intentions exprimées.

Comme le suggère l'UVCW à propos des implantations commerciales qui se localiseraient en dehors des noyaux d'habitat, au cas où l'autorité publique accepte une dérogation limitée à ses principes guidant une bonne localisation du commerce, il doit être possible d'imposer une compensation financière. Via un mécanisme à mettre en place, selon nous, au niveau régional, il s'agit de faire contribuer financièrement le promoteur à un fonds destiné à la réhabilitation des friches commerciales, à l'animation des centres-villes... Un tel dispositif aurait pour avantage à la fois d'aider à rendre l'investissement moins profitable pour les promoteurs en dehors des zones centrales qu'en leur sein et d'aider à corriger les effets néfastes que de tels projets génèrent au détriment de la collectivité. Il s'agirait en quelque sorte d'une transposition du principe du pollueur-payeur.

3.2 CRITÈRE MACROSPATIAL : RESPECT DE LA HIÉRARCHIE URBAINE

Ce premier critère vise à éviter de renforcer les pôles commerçants périphériques monofonctionnels tels que Messancy, Bonnelles... Au contraire, il s'agit de mieux articuler la distribution du commerce et l'importance des différentes polarités pour une grande diversité de fonctions générant des déplacements susceptibles de se combiner avec des achats. Il faut donc tenir compte de l'influence que joue chaque pôle dans les diverses fonctions constituant la ville (services administratifs, écoles, soins de santé...) au vu des motifs s'articulant au motif achats dans les chaînes de déplacements.

Ce critère du respect de la hiérarchie urbaine n'est toutefois pas justifié uniquement par des soucis de mobilité durable. Il s'avère aussi utile pour éviter la multiplication de friches commerciales vu que l'accroissement de l'offre s'opère dans un contexte où les revenus des ménages et la démographie ont tendance à stagner. Le SDER fait de cette lutte contre les friches de tous types une de ses priorités car celles-ci portent préjudice à la qualité de vie des riverains, à l'image de marque de notre territoire et à la gestion parcimonieuse du sol.

La philosophie du critère : le système des places centrales aux Pays-Bas

En matière de localisation des implantations commerciales, les Pays-Bas cherchent à conserver, voire recréer, un système hiérarchisé de centres commerçants inspiré de la théorie des places centrales de Christaller. Il s'agit de tenir compte de la position de la polarité commerçante concernée dans la hiérarchie des pôles urbains pour fixer la taille maximale des nouveaux équipements commerciaux et la nature des produits vendus. Au sein des régions urbaines, ce système s'appuie sur un ensemble hiérarchisé de polarités commerçantes comprenant : le centre-ville (*binnenstad*) et des centres commerçants de quartier (*wijk- et buurtwinkelcentra*). Le centre-ville occupe la position dominante en offrant une gamme très large de biens allant des biens de consommation courante jusqu'à ceux vendus uniquement par des commerces très spécialisés. A l'autre bout de la hiérarchie, de multiples centres commerçants de proximité offrent aux consommateurs la possibilité d'acheter des biens de consommation courante à faible distance de leur domicile, distance parcourue aisément à pied ou à vélo. Depuis les années 1950, tous les nouveaux quartiers d'habitation au sein des villes néerlandaises furent – quasi automatiquement – équipés d'un petit centre commercial de proximité et de services (école, centre médical...). Entre ces deux niveaux hiérarchiques, les grandes villes comptent également l'un ou l'autre centre commerçant secondaire (*stadsdeelcentra*) offrant à la fois des biens de consommation courante et des biens semi-courants nécessitant une aire de chalandise comportant un grand volume de population (par exemple plus de 5 000 habitants). On retrouve là, la logique du renforcement de polarités secondaires traditionnelles des grandes agglomérations à l'image, en Wallonie, du centre de localités telles que Jemappes, Gilly, Jambes ou Fléron.

Appliquée au milieu rural, cette logique des places centrales limitant l'offre en hypermarchés en périphérie des villes grandes ou petites, permet le maintien d'une offre commerciale de proximité au centre de nombreuses localités (quitte à ce que soient menées des petites opérations immobilières visant la création de supérettes ou petits supermarchés surmontés d'appartements). Le *Provinciaal Omgevingsplan* (POL 2006) du Limbourg néerlandais⁴ précise ainsi en ce qui concerne les espaces ruraux que les commerces de détail et supermarchés de dimension limitée à rayonnement local peuvent s'établir dans le centre des villages. Les grands commerces d'envergure régionale ne peuvent s'implanter que dans six centres importants clairement nommés de cet espace rural (tels que Gulpen, Valkenburg et Vaals). Toutefois, ces grands équipements commerciaux ne peuvent constituer une menace pour la vitalité du commerce dans les pôles urbains proches. Seules, les huit villes principales de la Province peuvent accueillir des équipements rayonnant sur une vaste sous-

⁴ Le POL 2006 est un document stratégique en matière de développement territorial qui joue, pour le Limbourg néerlandais, un rôle similaire au SDER wallon.

région. Aux Pays-Bas, la Province est le niveau de pouvoir chargé du respect de la hiérarchie urbaine concernant la localisation des équipements commerciaux de rayonnement supracommunal.

Comment transposer cette logique en Région wallonne ?

Ce principe du respect de la hiérarchie urbaine se pose en des termes différents selon que l'on envisage le commerce de biens de consommation courante (vis-à-vis duquel on recherche une relative dispersion) et le commerce de biens de consommation semi-courante (vis-à-vis duquel est privilégiée une relative concentration spatiale dans les centres urbains).

Pour les commerces de biens de consommation courante, il s'agirait de favoriser le redéploiement d'une offre de proximité, en particulier là où ce type de commerce a disparu depuis longtemps (dans les villages et dans certains quartiers urbains à l'écart des grands axes de circulation). Pour des raisons sociales et de mobilité, poursuivre une telle politique devrait permettre à une grande partie des personnes non ou peu motorisées d'accéder plus aisément à ce genre de commerce et de maximiser le recours à la marche à pied.

Pour le commerce de biens de consommation semi-courants, au niveau régional, il serait utile de préciser la hiérarchie urbaine de l'offre commerciale en identifiant clairement les localités qui sont amenées à jouer un rôle supralocal afin d'y concentrer l'offre commerciale susceptible d'avoir un tel rayonnement.

Lorsque des projets commerciaux concernant des achats courants ou semi-courants seraient supérieurs à une certaine taille (par exemple 400 m²), nous proposons que soit menée, au niveau régional et de façon systématique, une vérification du respect du critère de la hiérarchie urbaine. En dessous de ce seuil de superficie, ce critère serait considéré d'office comme respecté. Dans une telle configuration, la tutelle régionale aurait pour unique tâche de vérifier que le critère relatif à l'échelle microspatiale est respecté.

Mettre en œuvre ce critère consiste en fait à se poser une série de questions :

- quel est le niveau dans la hiérarchie urbaine du pôle dans lequel s'insère le projet tenant compte de son volume de population résidente, de son rôle en tant que centre d'emploi et de services ?
- quelles sont les entités spatiales qui font partie du même niveau dans la hiérarchie ?
- quelle est l'offre moyenne en termes de surface de vente (tenant compte de la ventilation par branche commerciale) dans ces polarités servant de référence ?
- quelle est l'offre commerciale du pôle dans lequel s'inscrit ce projet (tenant compte de la ventilation par branche commerciale) ?
- quand on additionne la surface de vente du projet avec celle préexistante au sein de la polarité pour l'assortiment considéré, jusqu'à quel pourcentage en plus de l'offre moyenne des polarités du même niveau hiérarchique est-il acceptable d'arriver ?

C'est en jouant sur ce pourcentage qu'il devrait être possible d'accorder de larges opportunités aux promoteurs ou, au contraire, de mener une politique restrictive à leur égard. Vu la dynamique pouvant caractériser certains territoires, ce pourcentage devrait pouvoir varier en fonction d'une estimation de la croissance de la population future de la localité ou sous-région en question au vu de l'évolution de la population au cours de la dernière décennie. Si cette croissance démographique attendue est nulle ou négative, ce pourcentage pourrait être de zéro ou au minimum s'en rapprocher fortement.

Pour envisager la mise en œuvre d'un tel critère, nous pensons qu'il est utile de répondre à une série de questions théoriques :

- A quelle échelle spatiale faut-il analyser cette hiérarchie urbaine ?
- La hiérarchie urbaine prise en compte doit-elle varier selon la nature des achats vendus ?

- La hiérarchie urbaine doit-elle être pensée de façon à regrouper l'ensemble des polarités urbaines dans un nombre limité de classes de sorte que ce classement soit relativement immuable (à l'image de l'Allemagne et de ses trois niveaux dans la hiérarchie des places centrales - *oberzentren*, *mittelzentren* et *kleinzentren* -) ou doit-elle être envisagée de façon continue et évolutive (à l'image d'une distribution de type loi rang-taille, loi bien connue en géographie urbaine) ?

A propos de l'échelle et au niveau le plus micro, nous pensons que les anciennes communes constituent l'échelle la plus pertinente : elle permet de distinguer le rôle de Gosselies vis-à-vis de celui de Charleroi, celui de Rocourt ou Bouge vis-à-vis de Liège ou Namur. Il est toutefois indispensable de combiner l'approche de ce critère à cette échelle spatiale avec une même approche à une autre échelle, celle de la commune, voire celle associant un petit ensemble de communes correspondant à un bassin de vie. De la sorte, il s'agirait de faire face aux cas où un déficit commercial dans un assortiment dans une ancienne commune est contrebalancé par une suroffre dans la même branche dans une ancienne commune voisine.

A priori, la distinction entre la hiérarchie commerciale pour les achats courants et pour les achats semi-courants nous apparaît fondamentale pour arbitrer ce critère. Par ailleurs, au sein des grandes villes et de nombreuses villes moyennes, l'impact de la hiérarchie urbaine sur l'offre commerciale liée aux achats semi-courants varie fortement selon que l'on envisage l'offre relative à des biens peu pondéreux (vêtements, CD, livres, parfum, bijoux...) ou l'offre relative à des biens pondéreux (meubles, gros électroménager...). Pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, l'offre présente dans l'ancienne commune constituant le centre de chaque agglomération domine largement l'offre commerciale périphérique. Il n'en va pas de même pour les équipements commerciaux relatifs aux biens de consommation semi-courante pondéreux, faute de place en centre-ville. C'est naturellement dans les localités de la proche périphérie qu'il est préférable de localiser les grandes surfaces spécialisées dans l'ameublement, le bricolage ou le jardinage. Dans les petites villes, ce découplage entre hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants peu pondéreux et hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants pondéreux semble souvent être peu prononcé même à l'échelle des anciennes communes.

Quant au nombre de classes à distinguer, la question reste ouverte pour nous car chaque système a ses avantages et inconvénients.

Nous proposons donc de discuter de ces trois questions au cours des tables rondes.

Tentative d'application de ce critère à l'offre commerciale en alimentaire

Le secteur du commerce alimentaire est le seul pour lequel il existe une base de données couvrant l'ensemble du pays et remise à jour annuellement qui repère chaque point de vente et le nombre de m² commerciaux. Le service de Planologie du Commerce du Service public fédéral Economie, PME, Classes moyennes et Energie relève en effet, chaque année, les points de vente alimentaires en libre service (hypermarchés, supermarchés et supérettes) Ces informations sont réputées fiables et complètes. Pour le reste du commerce, les lacunes de cette source sont importantes (données limitées à un nombre limité d'enseignes).

A partir des données relatives au nombre de m² de commerce de détail alimentaire existants au 31 décembre 2008, nous avons tenté d'analyser comment le ratio du nombre de m² de surface de vente par 1 000 habitants est influencé par la position de la polarité commerciale prise en compte dans la hiérarchie urbaine. Cette analyse a été menée tant à l'échelon communal actuel qu'à celui des anciennes communes.

Au niveau des entités communales actuelles, la plupart des pôles retenus dans le cadre de la structure spatiale du SDER⁵ (46/58) ont ainsi une densité en alimentaire supérieure à la moyenne du territoire wallon, à savoir 255 m² de surface de vente/1 000 habitants. La

⁵ Voir le site : <http://developpement-territorial.wallonie.be/Dwnld/Cartes/sd17.pdf>

grande majorité des communes non reprises comme pôle du SDER ou comme communes d'agglomération ont une densité inférieure à 255 m²/1 000 hab. (147/178). Parmi les communes constituant les 7 grosses agglomérations de la Région, hors commune centrale, 10 communes sur 26 dépassent aussi ce seuil de 255 m²/1 000 hab.

Le ratio moyen wallon est dépassé de plus de 50 % dans seulement 31 communes. Il est dépassé de plus de 100 % dans à peine 12 communes. Parmi celles qui dépassent de plus de 50 % l'offre moyenne wallonne, se dégage une forte concentration dans les provinces de Liège et de Luxembourg, en particulier dans les Ardennes. Cela semble attester d'une influence de l'activité touristique de séjour (campings, camps de mouvements de jeunesse, secondes résidences...) sur l'offre commerciale relative aux biens de consommation courante. Outre ce fait, l'abondance des disponibilités foncières inscrites au plan de secteur doit avoir également un impact sur cette surabondance des commerces alimentaires dans diverses localités de ces deux provinces, ce via le jeu des acteurs et du marché foncier.

Sur base du découpage par anciennes communes, on observe une beaucoup plus grande hétérogénéité dans la densité commerciale pour les achats courants (mesurée en nombre de m²/1 000 habitants) que pour le découpage par commune. Alors qu'à l'échelon des entités après fusion, 248 communes sur 262 (soit 95 %) étaient le siège d'au moins une supérette ou grande surface alimentaire, cette proportion tombe à 35 % quand on s'intéresse aux 1471 anciennes communes composant le territoire wallon. A l'opposé, tandis qu'au niveau communal actuel, aucune commune ne dépasse le seuil d'un m²/habitant, les anciennes communes dépassant le seuil d'un m²/habitant sont au nombre de 26.

Parmi les anciennes communes ayant les plus fortes densités commerciales pour les achats courants (soit une densité > 150 % de la densité moyenne wallonne), figurent la localité centrale d'un grand nombre de pôles du SDER (40 des 181 anciennes communes concernées). En font aussi partie un grand nombre d'anciennes communes chefs-lieux des communes non retenues comme pôle du SDER (64 des 181 localités concernées). Pour ces pôles du SDER et la plupart de ces anciennes communes chefs-lieux de commune, on peut penser qu'une offre commerciale dépassant dans une certaine mesure de plus de 50 % la moyenne wallonne est conforme au principe de la hiérarchie urbaine. Dépasser de plus de 200 % la moyenne wallonne paraît par contre attester d'une situation de suroffre. Une telle situation, rencontrée dans un certain nombre de petites villes (Hannut, Beauraing...), devrait sans doute être évitée à l'avenir dans une perspective de développement durable.

Huit anciennes communes correspondant aux pôles du SDER ont une densité inférieure à la moyenne régionale, ce qui signifie sans doute une forte dépendance des populations de ces centres urbains envers des grandes surfaces implantées plus en périphérie. On peut considérer qu'il s'agit à cette échelle d'une relative sous-offre (en général largement compensée par une suroffre dans les localités voisines périphériques). Parmi celles-ci, il est logique d'y retrouver les anciennes communes centres des trois principales villes wallonnes (Charleroi, Liège et Namur). S'y ajoutent Visé, Herve, Thuin, Libramont et Braine-l'Alleud.

On peut aussi s'intéresser, à partir de cette même base de données croisant le nombre de m² de commerce alimentaire et le volume de population par ancienne commune, aux localités qui ne disposent plus aujourd'hui d'une quelconque offre commerciale en alimentaire (soit 65 % des localités wallonnes). On peut se demander à partir de quel volume de population résidente et (éventuellement) d'emploi et de services, il devient possible d'atteindre avec une certaine probabilité une rentabilité suffisante pour assurer la viabilité d'une supérette d'au moins 300 m². En distinguant les anciennes communes qui sont le chef-lieu d'une entité communale actuelle de celle qui ne le sont pas, on observe que :

- le seuil de population à dépasser pour avoir une surface de vente moyenne en alimentaire calculée sur l'ensemble des anciennes communes abritant un chef-lieu supérieure à 300 m² est de 1 000 habitants ;

- le seuil à dépasser pour avoir une surface moyenne calculée sur l'ensemble des autres anciennes communes supérieure à 300 m² est de 2 500 habitants.

Ces seuils de 1 000 habitants pour les localités chefs-lieux de commune et 2 500 habitants pour les autres localités pourraient à l'avenir servir de référence pour gérer certains projets commerciaux. Ils peuvent aider à répartir le commerce de manière à minimiser à l'avenir le nombre de localités rurales ou urbaines non équipées alors qu'elles disposent du potentiel pour accueillir un commerce alimentaire de proximité viable (soit le format aujourd'hui en vogue des supérettes de 300 m² et plus). Ces seuils sont toutefois fournis à titre indicatif car l'attraction des clients dans les commerces de proximité et leur viabilité dépendent de multiples facteurs non abordés dans cette analyse centrée sur un seul type de paramètre.

Discussion sur la transposition de cette logique à d'autres assortiments

1) Cette méthode ne prend nullement en compte l'impact des inégalités en matière de pouvoir d'achat sur l'importance du volume des achats. Cet impact est toutefois très modéré en ce qui concerne la plupart des biens de consommation courante. Dans notre pays où existe une sécurité sociale développée, on n'achète pas plus de nourriture (mais des produits plus chers) quand on fait partie des hauts revenus que quand on est pauvre. S'il est vrai que certains biens d'achats courants sont plus achetés par certains profils de population, cela est compensé chez d'autres personnes par le recours à des produits de substitution. En fait, le revenu a plus d'impact sur les marques achetées, sur les chaînes commerciales fréquentées que sur la quantité totale d'achats pour ces produits répondant à des besoins primaires. Il n'est donc pas logique d'avoir plus de m² de commerce de biens de consommation courante par habitant au centre du Brabant wallon que dans le Borinage.

Par ailleurs, l'objection qui veut qu'un m² de surface de vente dans telle enseigne n'équivaut pas un m² de surface de vente dans telle autre enseigne a une pertinence assez limitée dans le commerce de produits de consommation courante contrairement à d'autres biens comme le vêtement ou la chaussure. Bien entendu, si l'on tente de transposer cette approche à d'autres types de biens que les biens de consommation courante, il est nécessaire de bien intégrer alors l'impact du niveau de revenu sur la demande des différents produits. Il faut aussi dans ce cas tenir compte d'une approche plus qualitative au niveau des enseignes.

2) Pour mettre en œuvre cette approche jusqu'au bout de la réflexion, il convient de disposer de données fiables sur l'importance de chaque localité en tant que centre d'emploi et de services à l'échelon des anciennes communes. Identifier les polarités de taille similaire dont l'offre commerciale doit être comparée avec celle d'un pôle où est envisagé un projet commercial, nécessite de combiner des volumes de population résidente, des volumes de travailleurs et des indicateurs divers pour la fréquentation des différents services. Cette combinaison de variables indépendantes pose d'évidents problèmes.

Il conviendrait d'abord de disposer de statistiques à jour en termes d'emploi salarié et indépendant à l'échelle des anciennes communes. En outre, il serait utile de creuser les motifs de déplacements qui s'enchaînent avec ceux des achats. L'enquête MOBEL réalisée en 1999 par le Groupe de Recherche sur les Transports (GRT) des FNDP n'apporte pas de réponse très précise à ce propos. La typologie des motifs de déplacements retenus dans le cadre de cette étude n'a pas été assez fine pour en tirer des enseignements très pertinents. Selon l'IWEPS, cette enquête va d'ici peu être remise à jour grâce au projet BELDAM. Il conviendrait que cette thématique soit mieux intégrée dans cette prochaine enquête.

Il est également nécessaire d'intégrer l'impact de l'activité touristique sur l'offre commerciale. C'est donc toute l'économie présenteielle qui devrait être prise en compte, sujet par ailleurs étudié dans le cadre d'autres travaux de la CPDT.

3) Certes, l'approche proposée fournit des enseignements qu'il convient de manipuler avec discernement, sans dogmatisme. La fréquentation des commerces par les consommateurs et leur viabilité dépendent de multiples facteurs non abordés dans cette analyse centrée sur un seul type de paramètre ; ainsi, l'offre concurrente, la réputation, la politique de prix de la

chaîne commerciale, les capacités du gestionnaire, la localisation microspatiale vis-à-vis des flux de voitures et de piétons, les disponibilités en parking...ne sont pas prises en compte.

4) Pour transposer cette méthode à d'autres branches commerciales, il s'avère nécessaire de disposer d'un monitoring complet de l'offre sur l'ensemble du territoire wallon. A cet égard, avec la France et ses ODEC (Observatoires départementaux de l'équipement commercial), les Pays-Bas sont à la pointe dans ce domaine. Ainsi, pour appuyer sa propre politique et celle des communes concernant les implantations commerciales, la Province du Limbourg a mis sur pied un monitoring du commerce de détail sur l'ensemble de son territoire (*Detailhandelsmonitor Limburg 2006*)⁶. La Province a ainsi quantifié les superficies commerciales et le nombre de points de vente par sous-région. Ces comptages ont été ventilés par assortiment et par type de localisation. C'est sur base d'une comparaison de l'offre commerciale à Maastricht par rapport aux autres villes de la province (déficit en équipements de la maison, bricolage, électroménager... opposé à une surreprésentation du vêtement et de la chaussure) que la ville de Maastricht a fixé ses objectifs quantitatifs quant à l'offre commerciale à atteindre à l'horizon 2015. Ces objectifs ont été précisés à l'occasion de sa note communale sur le commerce de détail (*Detailhandelsnota 2008*)⁷. Il serait également utile de s'inspirer à ce propos du travail de monitoring réalisé sur leur territoire par la Région de Bruxelles-Capitale⁸ ainsi que par la Ville et la région d'Aix-la-Chapelle⁹.

La mise sur pied d'un tel monitoring en Région wallonne pose d'évidents problèmes de collecte des données. Si l'offre commerciale formée par tous les équipements de plus de 400 m² est assez aisée à recenser grâce à la délivrance du permis socio-économique, il n'en va pas de même pour les milliers de points de vente dont la taille est inférieure à cette valeur.

3.3 CRITÈRE MICROSPATIAL : ACCESSIBILITÉ PAR LES ALTERNATIVES À LA VOITURE ET MIXITÉ LOGEMENT – COMMERCE

La philosophie de ce critère est d'enrayer la dépendance à la voiture générée par une mauvaise localisation des nouvelles implantations commerciales et de contribuer ainsi à :

- la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre ;
- un renforcement de l'offre commerciale accessible aux personnes non ou peu motorisées.

Si le critère relatif au respect de la hiérarchie urbaine concerne les grandes surfaces commerciales dépassant un certain seuil de surface de vente (à l'image de la loi sur le permis socio-économique actuel qui n'agit pas sur les implantations commerciales de moins de 400 m²), le présent critère devrait selon nous s'appliquer à tous types de commerces, indépendamment de leur taille. La multiplication des petites implantations commerciales en des lieux totalement dépendants de la voiture est une tendance à proscrire.

A l'image des Pays-Bas et de l'Allemagne, il est indispensable de différencier la localisation optimale du commerce selon l'assortiment. En effet, tandis que la vente de certains produits pondéreux rend la localisation périphérique de ces commerces nécessaire, les principes du développement durable imposent une localisation facilement accessible à pied et en transport en commun pour d'autres biens moins pondéreux. Ce critère d'accessibilité par les alternatives à la voiture doit servir de fil rouge vis-à-vis de cette logique de localisation

⁶ Voir le site : www.limburg.nl/upload/pdf/Detailhandelsmonitor%20Limburg%202006.pdf

⁷ Voir le site : www.maastricht.nl/maastricht/show/id=331658

⁸ Voir le site : www.atrium.irisnet.be, rubrique Outil de gestion

⁹ Voir les sites : www.aachen.de/DE/stadt_buerger/pdfs_stadt_buerger/pdf_bauen_planen/stadtentwicklung/stadt_einzelhandel/zentrennahversorgungskonzept_niedrig.pdf et www.staedteregion-aachen.de/zweckverband/zweckverband_projekte/einzelhandel/einzelhandelskonzept_strikt.pdf.

préférentielle du commerce variable selon l'assortiment. A cet égard, il convient de distinguer trois types de localisations privilégiées correspondant à trois types d'assortiments différents :

- les commerces de biens de consommation courante ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et/ou volumineux ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux et/ou volumineux ;

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation courante

La mixité logement–commerce est prônée dans les six territoires étudiés lors du benchmarking mais est surtout pratiquée de façon quasi systématique aux Pays-Bas et en Allemagne sauf pour le commerce de biens pondéreux et, dans le cas allemand, pour un nombre limité de grandes surfaces alimentaires. Au vu de ces politiques volontaristes en faveur de l'usage de la marche à pied, il convient de réfléchir à la localisation des implantations commerciales en tenant compte de la métrique piétonne surtout pour les commerces de biens de consommation courante. Si l'on veut s'orienter vers un développement durable pour la fonction commerciale, il paraît en effet opportun de s'inspirer des politiques menées en faveur des centres commerçants de proximité en milieu urbain dans des villes développées sur le modèle de la ville compacte (par exemple Maastricht) ou de la ville des courtes distances (par exemple Münster en Rhénanie du Nord-Westphalie). Dans ces villes, on observe une distribution de ces centres commerçants telle que presque 100 % de la population réside à moins de 800 mètres (soit environ 12 minutes à pied) d'un tel centre. Ces villes cherchent particulièrement à maximiser le volume de personnes vivant à moins de 400 m (soit près de 6 minutes à pied) d'une offre minimale en commerces de proximité. Cette distance seuil pourrait être utilisée pour créer un critère de localisation à l'échelle microspatiale. Afin de garantir une bonne accessibilité à pied pour un grand nombre de clients potentiels, nous proposons de fixer un nombre minimal de logements devant exister dans un rayon de 400 m, mesurés depuis le centre de gravité de la parcelle où est prévu l'immeuble commercial en question. Ce nombre minimal de logements devrait varier selon la densité de population par commune car la réalité de Stoumont n'est pas celle de Quaregnon. Avec les outils informatiques dont on dispose aujourd'hui (les SIG), le calcul de ce nombre de logements dans un rayon de 400 m est un exercice aisé à réaliser pour autant que l'on dispose du nombre de logements associés à chaque parcelle, donnée que devrait fournir le cadastre.

Un tel critère offre une certaine souplesse. En effet, avec le critère proposé ici, un projet commercial situé en périphérie immédiate d'un noyau d'habitat dont la localisation ne répond pas dès à présent au seuil minimal associé à ce critère pourrait être accepté moyennant l'insertion, au sein même du projet, d'un volet résidentiel. Il s'agit donc de renforcer la tendance à la création d'immeubles mélangeant appartements et commerces, ce qui répond à une demande sociale en lien notamment avec le vieillissement de la population. L'intégration, dans le calcul du nombre minimum de logements à proximité du site convoité, des parcelles liées à un projet de lotissement voisin déjà adopté pourrait aussi offrir la souplesse requise.

A propos de la souplesse évoquée, notons que le(s) seuil(s) que nous proposons de fixer pourrai(en)t être progressivement relevé(s) par les pouvoirs publics une fois l'intégration de cette logique assurée dans le fonctionnement des acteurs de l'immobilier commercial et au fur et à mesure de l'évolution des défis climatique et énergétique (prochain pic du pétrole).

Le fait que le commerce de biens de consommation courante s'inscrive au sein d'une polarité commerciale existante (tenant compte d'une métrique piétonne vue ici comme une distance maximale de quelques dizaines de mètres d'un regroupement de commerces) pourrait être un critère supplémentaire jugé positivement au cas où il est respecté. Dans le

cas contraire, il devrait avoir un caractère neutre si l'on veut pouvoir recréer une offre commerciale au sein des nouveaux quartiers d'habitat et des villages qui en sont dépourvus.

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux

Pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, cette forte mixité avec le logement est aussi à privilégier. Cependant, pour ce type de produits, une bonne accessibilité en transport en commun semble importer beaucoup plus que dans le cas des commerces de biens de consommation courante. Vu que le nombre de polarités abritant ce type de commerce est plus réduit, une part importante des consommateurs ne peut s'y rendre à pied même dans des pays prônant un recours maximal aux alternatives à la voiture comme les Pays-Bas ou l'Allemagne. Ceci justifie la nécessité d'une bonne accessibilité en transport en commun pour les polarités abritant les commerces de vêtements, chaussures, livres, CD, petit bricolage...

Par rapport aux commerces de biens de consommation courante, le critère d'accessibilité et de mixité que nous proposons doit être à la fois :

- renforcé (élever le nombre de logements minimum requis pour favoriser le regroupement de ce type de commerces dans les centres-villes et les principaux pôles secondaires des grandes agglomérations ainsi que dans le centre des principaux noyaux d'habitat de l'espace rural) ;
- élargi (prendre par exemple un rayon de référence de 700 mètres au lieu de 400 mètres dans le même souci d'un renforcement au profit des espaces centraux des principaux noyaux d'habitat) ;
- complété d'un sous-critère relatif à l'accessibilité par les transports en commun ;
- complété d'un sous-critère lié à l'intégration du projet envisagé dans un noyau commerçant (tenant compte d'une distance maximale de quelques dizaines de mètres à un regroupement de commerces).

Concernant le sous-critère de l'accessibilité par les transports en commun, on peut négliger le rôle du train pour les déplacements liés au motif achat et se concentrer uniquement sur le réseau de bus (+ tram et métro). Un seuil de distance maximale à un arrêt (par exemple 500 mètres) est un critère indiqué mais largement insuffisant à cet égard. Il doit être complété par une notion de fréquence de passage. Au vu des résultats de la modélisation de l'accessibilité en bus réalisée par le LEPUR dans le cadre de la CPDT¹⁰ pour les déplacements domicile-travail, il apparaît de grandes disparités dans les fréquences de passage des bus entre le « rural profond » et les principales agglomérations. Dans ce cadre, fixer une valeur absolue pour cette fréquence serait peu judicieux car elle serait inopérante sur une large partie du territoire. Nous préconisons plutôt d'examiner si l'arrêt situé à moins de 500 m du projet est desservi par une ou plusieurs lignes dont la fréquence cumulée dépasse une certaine fraction de la fréquence de la ligne la plus fréquente circulant au sein de la commune en question (par exemple 80 voire 100 %).

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux

Nous pensons que ce critère devrait être configuré de la même façon que celui établi pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux mais en allégeant les seuils requis. Il tiendrait donc compte de deux aspects :

- un nombre de logements minimum dans un rayon de référence de 700 mètres ;
- le voisinage à moins de 500 m d'un arrêt de transport en commun desservi par une ou plusieurs lignes dont la fréquence cumulée correspond à une fraction modérée de

¹⁰ Voir les sites : http://cpdt.wallonie.be/?id_page=73 et <http://cartocit1.wallonie.be/cpdt>

la fréquence de la ligne la plus fréquente du réseau circulant au sein de la commune en question (par exemple 50 voire 80 %).

Comme pour le commerce de biens de consommation courante, le critère secondaire lié à l'intégration du projet dans un noyau commerçant (tenant compte à nouveau d'une métrique piétonne) pourrait jouer un rôle facultatif. Même aux Pays-Bas, ce type de commerces est en effet parfois accepté dans certaines ZAE. Néanmoins, un regroupement sous forme de parc commercial au voisinage de quartiers d'habitat est à privilégier pour ce genre de commerces.

Visualisation des résultats cartographiques de ce critère et proposition de seuils

Les développements méthodologiques pour chacun de ces sous-critères (nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m, offre en bus tenant compte d'une fréquence relative et inscription dans un noyau commerçant) sont aujourd'hui au point. Une cartographie des résultats de ces trois sous-critères a été réalisée. De même, sur base de ces derniers, une discussion a déjà pu être menée à propos de seuils à proposer au sujet de ces sous-critères pour chacun des trois grands types de commerce. Pour limiter la taille du fichier associé à cette synthèse, nous avons placé les cartes ainsi produites dans deux dossiers annexes en pdf téléchargeables sur les sites suivants :

http://139.165.29.109/telechargement/autre/jm/Accessibilite-Nbre_de_logements2.pdf et
<http://139.165.29.109/telechargement/autre/jm/Bus-Commerces2.pdf>.

Pour le croisement entre noyaux commerçants existants et nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m, on peut y trouver, pour diverses communes représentatives de 4 des 9 classes de densité retenus, un jeu de deux cartes (une relative à l'estimation du nombre de logements dans un rayon de 400 m et une associée à une distance de 700 m). Pour le croisement entre noyaux commerçants et lieux bénéficiant d'une desserte performante en bus, est proposé un jeu de 15 cartes couvrant diverses sous-régions de la Wallonie.

Pour rappel, pour le premier sous-critère, il convient de faire varier le seuil selon la densité de la population dans la commune. Ce nombre de logements nécessaires pour garantir un usage élevé de la marche à pied mériterait en fait d'être modulé selon une densité devant en théorie être calculée en tout point dans un rayon approchant la distance moyenne parcourue pour les déplacements liés au motif achats. Pour simplifier cette problématique, nous avons décidé de tenir compte d'une densité uniforme au sein du territoire de chaque commune et de répartir les 262 entités communales wallonnes en neuf classes de densité.

In fine, il convient de proposer un seuil optimal associé à chaque classe de densité. Par valeur optimale, nous entendons un seuil qui à la fois soit suffisamment :

- ferme pour favoriser de façon significative l'usage de la marche à pied lors des déplacements liés aux achats ;
- bas pour être applicable dans la plupart des communes et, au sein de ces entités, dans la plupart des localités où une offre commerciale se justifie.

Pour l'offre en bus, l'analyse du seuil à appliquer doit aussi être réfléchie en recherchant un équilibre comparable. Dans ce cas, l'identification d'un seuil optimal est facilitée par le fait que ce sous-critère tient déjà compte des réalités locales propres à chaque entité en relativisant la fréquence de chaque arrêt par celle de la ligne la plus fréquente dans la commune.

Le tableau ci-après présente les seuils minima selon les classes de densité des communes.

Seuils proposés relatifs au nombre minimum de logements dans un rayon de 400 et de 700 m selon la classe de densité de la commune

Classe de densité (en hab/km ²) des 262 communes wallonnes	Seuil proposé pour les achats courants (en nombre de logements) sur base d'un rayon de 400 m	Seuil proposé pour les achats semi-courants de biens peu pondéreux (en nombre de logements) sur base d'un rayon de 700 m
De 20 à 35	80	150
De 35 à 50	100	200
De 50 à 75	120	250
De 75 à 100	150	300
De 100 à 150	180	400
De 150 à 200	210	500
De 200 à 300	250	600
De 300 à 500	300	700
+ de 500	350	800

Pour les achats semi-courants peu pondéreux, nous pensons que, dans la plupart des communes, il serait raisonnable de fixer la valeur minimale du rapport entre la fréquence à l'arrêt considéré et la fréquence de la ligne la plus fréquente de la commune à 100 %. Ce rapport minimum pourrait même être fixé à 150 % dans certaines communes caractérisées par un grand nombre de lignes de bus et dont la ligne la plus fréquente ne surclasse pas fortement les suivantes en termes de fréquence.

Les valeurs proposées dans ce tableau concernant le nombre de logements ou celles envisagées pour l'offre en bus ne peuvent avoir qu'un rôle indicatif. En effet, dans certains contextes, des valeurs légèrement plus faibles peuvent se justifier (absence de disponibilités foncières où ce critère est respecté ou configuration topographique limitant très fortement les sites disponibles en zone bénéficiant d'une accessibilité optimale). Dans d'autres cas, elles pourraient au contraire être relevées si on veut avoir une chance de réduire d'ici 2020 les émissions de GES dues au transport de 15 % par rapport à 2005.

Pour les commerces de biens de consommation courante pondéreux, nous n'avons pas encore proposé de seuils. Remarquons qu'il s'avère parfois difficile de différencier clairement ce qui relève du commerce de biens semi-courants peu pondéreux de ce qui relève du commerce de biens semi-courants pondéreux. Les enseignes Décathlon ou Médiamarkt sont à cet égard exemplaires car elles vendent massivement à la fois des petits articles peu pondéreux (vêtements, chaussures... d'un côté ; CD, vidéo, baladeurs MP3... de l'autre) et des objets bien plus difficiles à transporter sans disposer d'un véhicule automobile (skis, équipement d'équitation... d'une part ; gros électroménager, matériel hifi... d'autre part). Il conviendrait que les normes en matière de mixité / accessibilité retenues pour ce type de commerce se situent à mi-chemin entre celles imposées pour ces deux types d'assortiments.

Ce critère et les seuils devraient faire l'objet d'une seconde discussion lors des tables rondes.

3.4 CRITÈRE VISANT À COMBATTRE L'URBANISATION EN RUBAN LE LONG DES ROUTES RÉGIONALES VIA UNE PROCÉDURE DE PERMISSION DE VOIRIE

Tant en Wallonie, comme le souligne le SDER, que dans de nombreux pays et régions voisins (Flandre, Pays-Bas, Luxembourg...), il est jugé important de combattre l'enrubannement de l'urbanisation le long des routes nationales pour assurer la sécurité routière et pour protéger le paysage. A cet égard, la politique de l'Etat luxembourgeois semble très intéressante. Au Grand-Duché, un réel frein à l'urbanisation en ruban le long des routes de l'Etat s'opère via une loi sur les permissions de voirie. Celle-ci limite les possibilités

d'implanter des commerces le long des routes nationales en leur donnant un accès direct¹¹. Cette réglementation qui concerne tant les lotissements résidentiels que les zones d'activités a pour but de préserver le rôle principal qu'ont à jouer ces routes nationales, à savoir le transit à grande distance entre les principales localités. Il s'agit donc d'éviter d'ajouter à ces principaux axes de circulation un rôle de desserte locale. Le mélange de ces fonctions très fréquent en Belgique (Flandre et Wallonie) est en effet source de graves problèmes de sécurité routière et de congestion en raison de la multiplication de manœuvres gênantes que cela génère. Tout en limitant la possibilité d'implanter des immeubles donnant directement accès sur les principaux axes routiers, cette réglementation vise à favoriser l'accès aux immeubles implantés à proximité de ces routes nationales via une voirie de desserte commune à plusieurs immeubles.

Le guide d'application de cette loi relative aux permissions de voirie impose l'obligation suivante : « *une bande de verdure d'une largeur minimale de 5,00 m est à intercaler entre la voirie de l'Etat et les différents lots d'aménagement de la zone d'activités* ». Ce guide prévoit toutefois l'existence d'exceptions à cette règle. « *L'acceptation d'accès individuels directs à la voirie de l'Etat pour desservir des établissements implantés dans des zones classées d'activités dans le PAG¹² doit rester exceptionnelle et s'applique principalement aux situations existantes, où des lacunes non occupées se trouvent entre les parcelles d'établissements en place bénéficiant déjà d'un accès individuel direct à la voirie de l'Etat* ».

Transposer cette logique dans le droit wallon pourrait être un moyen très utile pour interdire, le long des routes régionales (sauf là où l'on se trouve en agglomération), les accès directs depuis chaque parcelle individuelle. De la sorte, il s'agit de privilégier un accès indirect à ces voiries, commun à plusieurs immeubles. Cela reviendrait à appliquer la forme de parc commercial aux implantations commerciales périphériques.

Cette option fera aussi l'objet d'un échange de vue lors des tables rondes.

4. PISTES POUR LA POURSUITE DES TRAVAUX LORS DE LA PROCHAINE SUBVENTION ET POUR LA VALORISATION DES RÉSULTATS OBTENUS

L'ampleur à accorder à la poursuite des travaux lors de la prochaine subvention dépendra des priorités que voudra fixer le nouveau Gouvernement vis-à-vis du prochain programme de travail de la CPDT. Tant qu'une concertation n'a pas été menée avec les représentants du Gouvernement à propos de la présente expertise, il n'est pas possible de proposer un calendrier précis en vue de son achèvement. Néanmoins, un certain nombre de tâches nous semblent devoir encore être menées dans ce but, soit au minimum :

- la phase d'évaluation de nos propositions auprès d'un panel d'experts réunis à l'occasion de deux tables-rondes ;
- la finalisation de l'analyse des permis socio-économiques demandés/accordés sur la période 2000/2008 dans la perspective de la mise au point d'un monitoring de l'offre commerciale ;
- la comparaison des dispositifs de monitoring de l'offre commerciale existants dans plusieurs territoires voisins (Bruxelles, Flandre, Limbourg néerlandais, région d'Aix-la-Chapelle et France) complétée par une recherche sur les sources existantes en Région wallonne (Banque Carrefour des Entreprises, étude du SEGEFA pour le Ministre Marcourt...);

¹¹ Voir les sites : http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/index.html et http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/tome_1/B_Guide_Application_zones_activites.pdf

¹² PAG = Plan d'aménagement général, c'est-à-dire pour le Luxembourg l'équivalent de notre plan de secteur. La principale différence est que le PAG est d'initiative communale.

- une analyse de la possibilité d'opérationnaliser le critère relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture au niveau du calcul du nombre de logements dans un rayon de 400/700 m en ayant recours au cadastre (prise en compte du nombre de logements par immeuble : validité des données et disponibilité).

Par ailleurs, en plus de ces tâches susceptibles de prendre environ trois à quatre mois supplémentaires, d'autres pistes sont à évoquer :

- l'approfondissement de la réflexion sur le critère relatif au respect de la hiérarchie urbaine (quantification des différents motifs de déplacements se combinant à ceux liés au motif achats dans les chaînes de déplacement, distribution de l'emploi au lieu de travail par ancienne commune sur base de la Banque Carrefour des Entreprises...);
- l'analyse des dispositifs incitatifs français (EPARECA, fonds FISAC, ZFU...) et des mécanismes de partenariat public-privé en Flandre, aux Pays-Bas et en Angleterre visant à favoriser les investissements dans l'immobilier commercial de centre-ville et à répondre au problème de l'inadéquation de l'offre à la demande en surfaces commerciales caractérisant ces tissus (présence massive de cellules étroites de 20 à 50 m² opposée à un besoin de cellules de 200 m² et plus).
- la valorisation de ce travail sous forme de publications destinées à divers publics (note de recherche, articles dans Territoire(s) wallon(s) et dans d'autres revues scientifiques, dépliant CPDT...).



*Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie
142, rue du Chevaleret – 75013 Paris*

Annexe 2 :

DYNAMIQUE DU COMMERCE ET DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES :

ELEMENTS DE REFLEXION PROSPECTIVE

Note réalisée à la demande du LEPUR



Dans le cadre de l'expertise relative aux implantations commerciales

Philippe MOATI

CRÉDOC, Université Paris Diderot

SOMMAIRE

INTRODUCTION	2
1. LES FACTEURS DEMOGRAPHIQUES	3
a) Le vieillissement de la population	3
b) La réduction de la taille des ménages.....	6
c) L'évolution de la géographie résidentielle.....	6
2. LES FACTEURS ECONOMIQUES.....	8
a) La tertiairisation de la consommation	8
b) La croissance des dépenses pré-engagées	9
c) Le capitalisme post-fordien	10
3. LES FACTEURS SOCIETAUX.....	12
a) Les valeurs qui sous-tendent les comportements de consommation contemporains.....	12
b) Des consommateurs mobiles dans l'espace des valeurs	15
4. LES ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE.....	17
a) Les effets directs sur le commerce	17
b) Effets indirects sur le commerce	20
5. VISION DU COMMERCE A 5 ANS	22
a) L'accélération du processus de segmentation/différenciation	22
b) Le regain d'intérêt pour la proximité.....	24
c) La modernisation du commerce de périphérie	26
d) Le commerce en ligne.....	27
6. VISION DU COMMERCE A 15 ANS	30
a) Le développement des nouveaux lieux de commerce	30
b) Le risque de friches.....	31
c) Le commerce dans l'économie servicielle	33
CONCLUSION.....	35
BIBLIOGRAPHIE	36

INTRODUCTION

Une prospective des transformations de l'appareil commercial peut s'appuyer sur les modèles qui ont été proposés dans la littérature académique : modèle de la roue de la distribution, modèle de l'accordéon... ou, plus récemment, modèle du « Big Middle »¹. Si ces modèles témoignent incontestablement d'une certaine pertinence pour rendre compte de l'histoire du commerce et peuvent ainsi aider à imaginer des futurs possibles, ils partagent généralement une même lacune qui en réduit considérablement la portée prédictive : les mécanismes de transformation qu'ils mettent en avant sont pour l'essentiel strictement endogènes au secteur du commerce. L'histoire du commerce serait ainsi dictée par une nécessité interne... La démarche que nous emprunterons ici s'inscrit dans un cadre plus large et considère que les transformations du secteur du commerce – comme celles de tout autre secteur d'activité – résultent à la fois de dynamiques endogènes et des interactions qui se nouent entre le secteur et le système économique, social et institutionnel d'ensemble, dont il est une partie intégrante.

Un regard rapide à l'histoire du commerce suffit à se convaincre que la dynamique de ce secteur – et, là aussi, ceci est vrai de tous les secteurs – n'est pas linéaire mais voit alterner des phases de stabilité relative et des épisodes de crise. Durant les phases de stabilité, un certain équilibre est atteint entre les différentes formules commerciales, les formes d'inscription du commerce dans l'espace demeurent constantes, certains modèles économiques dominent, généralement associés à des formes spécifiques d'organisation de l'entreprise commerciale... Chacune de ces phases de stabilité est donc marquée par un certain « régime de croissance », c'est-à-dire un mode de fonctionnement cohérent de l'ensemble du secteur, lui assurant une croissance relativement régulière. Des épisodes de crise ou, plus positivement, de « révolution commerciale » marquent de loin en loin le passage d'un régime de croissance à un autre. Le déclenchement d'une révolution commerciale, et l'émergence corrélative d'un nouveau régime de croissance, résultent généralement de la montée de déséquilibres ou de dysfonctionnements qui entravent la capacité du secteur à se maintenir sur un sentier de croissance et à reproduire ses modes de fonctionnement. De manière générale, l'épuisement du régime de croissance d'un secteur et l'ouverture d'un épisode de crise ont des racines de deux ordres : d'une part la montée de tensions internes (par exemple, la saturation progressive des débouchés, l'apparition de goulets d'étranglement technologiques entravant la poursuite de l'amélioration de la productivité, l'épuisement du stock d'une ressource critique (une matière première, des disponibilités foncières...), le surgissement d'une innovation de rupture à l'initiative d'un nouvel entrant...); d'autre part l'émergence de contradictions entre le mode de fonctionnement du secteur et les caractéristiques essentielles du cadre économique et institutionnel auquel appartient ce secteur.

L'hypothèse qui guidera notre réflexion dans les pages qui suivent est que le secteur du commerce, dans les pays hautement industrialisés, traverse un épisode de révolution commerciale qui conduit à l'émergence d'un nouveau régime de croissance, lequel succède à celui qui a été associé à la grande distribution née de la Reconstruction². Cette révolution commerciale – dont on perçoit les prémices dès la fin des années 1980 – trouve sa première cause apparente dans l'épuisement du potentiel de croissance de la grande distribution : après plusieurs décennies de croissance à deux chiffres, entretenue par le déclin du « petit commerce », la grande distribution voit sa dynamique de développement s'affaiblir, tout au moins sur ses marchés domestiques. Mais plus fondamentalement, l'origine de cette nouvelle révolution commerciale se trouve dans le désajustement systématique qui s'est progressivement installé entre les fondements de l'approche du commerce portée par la grande distribution et les caractéristiques du système économique et social qui s'est peu à peu mis en place à partir des années 1970. Brièvement exprimé, la précédente révolution commerciale

¹ Voir Gallouj [2007], Levy et al. [2005].

² Cette hypothèse a été exposée en détail dans notre ouvrage Moati [2001].

(qui a vu naître la grande distribution) a consisté dans la mise en place d'un commerce adapté à une économie industrielle, fordienne, et à une structure sociale « moderne » articulée autour de la classe moyenne. En inventant un commerce à la fois « fordien » et « moderne », la grande distribution a été portée par l'adaptation de son modèle à son environnement. Progressivement, cet environnement a vécu des mutations profondes. Le système économique est devenu « post-fordien » et, sur le plan sociétal, la société « moderne » de masse et de classes a laissé place à une société de personnes qualifiée, selon la sensibilité des analystes, d'hypermoderne ou de post-moderne. La révolution commerciale en cours consiste donc à basculer dans un nouveau régime de croissance – que nous qualifions de régime de croissance intensive – qui rétablira l'adéquation du mode de fonctionnement et des structure du secteur du commerce à la nouvelle réalité économique et sociale.

Sur la base de cette posture méthodologique, l'exercice de prospective sur l'évolution de l'appareil commercial doit emprunter deux voies entremêlées :

- l'observation de la manière dont les acteurs du secteur de la distribution réagissent à la saturation de leur potentiel de croissance et aux limites « endogènes » de leur modèle économique ;
- l'identification de la nature du système économique et social en devenir afin d'en déduire les caractéristiques d'un commerce qui serait en phase avec un tel système.

Nous concentrerons ici notre propos sur la seconde de ces voies. Nous aborderons successivement quatre facettes de l'environnement économique et social en mutation qui induisent une nécessaire adaptation du commerce : les facteurs démographiques, les facteurs économiques, les facteurs sociétaux et le nouvel enjeu du développement durable. Nous présenterons alors notre vision du commerce et des implantations commerciales à court-moyen et à long terme. A 5 ans, le secteur du commerce devrait achever son basculement dans le régime de croissance intensive. A 15 ans, les prémices d'une nouvelle révolution commerciale sont susceptibles de se manifester, engageant le secteur du commerce à entrer de plain-pied dans l'économie servicielle.

1. LES FACTEURS DÉMOGRAPHIQUES

a) LE VIEILLISSEMENT DE LA POPULATION

Le vieillissement de la population européenne est un processus amorcé de longue date et qui offre une forte visibilité à moyen et long terme. Selon les projections réalisées par Eurostat, la part des 65 ans et plus dans la population de l'Union (à 27) passerait de 17,04% en 2008 à 20,06% en 2020, puis 23,55% en 2040 pour frôler les 30% en 2060. Si la tendance est partagée par l'ensemble des pays de l'Union, le rythme auquel ce vieillissement devrait intervenir diffère selon les pays. La France, la Belgique, le Luxembourg, le Danemark, l'Irlande, la Suède et le Royaume-Uni afficheront en 2060 la part des 65 ans et plus la plus modérée.

Avec l'avancée en âge de la classe d'âge du baby-boom, ce sont d'abord les jeunes seniors qui vont nourrir le processus de vieillissement. Puis, progressivement, à partir des années 2030, ce processus se nourrira de l'accroissement de la part des 80 ans et plus (4,4% de la population de l'Union en 2008, mais 6,93% en 2030 et 12,13% en 2060).

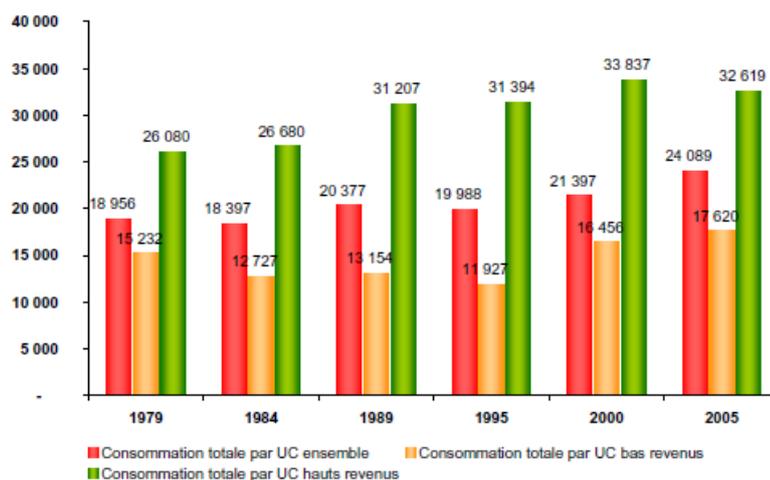
Les conséquences du vieillissement de la population sur le commerce transiteront par deux canaux principaux.

- LES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION EVOLUENT AVEC L'AGE

La structure du budget des ménages âgés se distingue de façon significative de celle des autres tranches d'âge. Toutes choses égales par ailleurs, le vieillissement de la population est donc susceptible d'affecter le contenu de la demande adressée au commerce.

La propension à consommer (c'est-à-dire la part du revenu consacrée à la consommation) est clairement décroissante avec l'âge.

Graphique 1 : Consommation totale annuelle par unité de consommation, en € constant base 100 en 2005



Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, Retraitements CRÉDOC

Des différences marquées apparaissent également au plan de la structure des dépenses. Les ménages âgés surconsomment, en proportion de leur budget, les services médicaux et de santé bien sûr (5,2% du budget des 65 ans et plus contre 3,6% pour l'ensemble des ménages), mais aussi les produits alimentaires (19,6% contre 15,5%), les "autres biens et services" (15,0% contre 12,4%) qui comprennent notamment les biens et services de soins personnels, et le logement et ses charges (18,6% contre 16,2%). Ils sont par contre nettement sous-consommateurs d'articles d'habillement et chaussures, de biens et services de transport, et des services des hôtels, restaurants et cafés. Comme l'écrivait déjà Moutardier en 1990, la consommation des ménages âgés paraît "repliée sur le corps et la sphère domestique".

En réalité, il est difficile d'extrapoler de ces données l'effet qu'aura le vieillissement de la population sur la composition agrégée de la consommation des ménages. En effet, se mêlent dans ces chiffres de purs effets de l'âge mais aussi des effets de génération. Pour le dire autrement, rien ne permet d'affirmer que les seniors de demain afficheront des modèles de consommation similaires à ceux des seniors d'aujourd'hui, notamment parce qu'ils auront acquis au cours de leur vie des habitudes de consommation différentes de celles de leurs aînés. Recours et al. [2008] ont montré que la réduction de la propension à consommer avec l'âge est principalement la conséquence d'un effet de génération : les seniors d'aujourd'hui, qui ont connu dans le passé pénuries et privations, ont conservé une approche assez distancée de la consommation, que ne semblent pas partager les générations suivantes, nées dans la société de consommation.

Tableau 1 : Structure des dépenses des ménages par tranche d'âge

en %, en 2006

	Moins de 25 ans	De 25 à 44 ans	De 45 à 64 ans	65 ans et plus	Ensemble
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	9,8	13,7	15,6	19,6	15,5
Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants	3,3	2,5	2,7	2,3	2,6
Articles d'habillement et chaussures	7,5	9,2	7,9	5,0	7,8
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles	27,0	16,5	14,0	18,6	16,2
Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	5,7	7,0	7,3	8,1	7,3
Services médicaux et de santé	1,9	2,9	3,6	5,2	3,6
Transports	16,0	16,8	17,0	10,7	15,7
Communications	4,8	3,8	3,7	3,0	3,6
Loisirs et culture	7,9	8,7	9,5	8,9	9,0
Enseignement	1,6	0,6	1,0	0,0	0,7
Hôtels, restaurants, cafés	5,8	6,4	5,7	3,5	5,6
Autres biens et services (1)	8,6	11,9	12,0	15,0	12,4
Dépense totale (2)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) Notamment : biens et services de soins personnels, bijouterie et maroquinerie, dépenses relatives aux gardes d'enfants hors du domicile, assurances et services financiers, divers autres services (services juridiques, cotisation à des associations...).

(2) La dépense totale s'entend ici hors impôts, gros travaux, remboursements de prêts et prélèvements effectués par l'employeur, transferts financiers entre ménages.

Champ : France métropolitaine.

Le vieillissement de la population, en soi, ne devrait donc pas avoir un effet massif sur le volume global de la demande. Les dépenses de loisirs sont susceptibles de bénéficier à la fois d'un effet d'âge (plus de temps disponible) et d'un effet de génération (les nouveaux seniors seront issus de la "société des loisirs") [Bodier, 1999]. La baisse de la part du budget consacrée à l'équipement de la personne est pour une large part un effet d'âge (effet de l'interruption de la vie active) et devrait probablement continuer d'être observée dans le futur. La consommation alimentaire est sensible à la fois aux effets d'âge et aux effets de génération [Recours et al. 2005]...

- LES SENIORS ADOPTENT DES COMPORTEMENTS RESIDENTIELS ET UNE MOBILITE SPECIFIQUES

La localisation résidentielle des ménages est, traditionnellement, dans une large mesure déterminée par des logiques d'accès à l'emploi. Inactifs, celle des seniors obéit à d'autres déterminants davantage liés au cadre de vie, à l'accès aux services et à la connectivité aux proches. Si la mobilité résidentielle interrégionale la plus forte est observée chez les individus de 20 à 35 ans, elle se redresse autour de l'âge de la retraite [Baccaïni, 2005]. En France, le solde migratoire des 55-65 ans est déficitaire aux abords des métropoles au profit des zones littorales du Sud mais aussi des petits pôles urbains (logique de « retour au pays »)³. Une enquête IPSOS/Pleine Vie, réalisée en janvier 2009 auprès d'un échantillon de personnes de 50 ans et plus, illustre l'attraction qu'exercent les aménités sur les seniors. Interrogées sur « le logement de leurs rêves pour y passer leur retraite », 33% évoquent une localisation en centre-ville, 23% dans un village, et 23% à la campagne. Des différences significatives apparaissent selon l'âge. Ainsi, c'est chez les jeunes seniors (50 à 59 ans) que la campagne est la plus désirée (29%), au détriment du centre-ville (26%), alors que les 70 ans et plus rêvent

³ Léon et Godefroy [2006].

davantage de centre-ville (38%) – sans doute perçu comme plus sûr lorsque la mobilité se réduit – que de campagne (18%).

Le vieillissement de la population constitue ainsi une opportunité pour le commerce rural ou de bourg, mais aussi – sans doute à plus long terme – pour le commerce urbain des grandes agglomérations, richement dotées en infrastructures médicales et offrant une forte densité de services à la personne.

Les seniors se distinguent également sur plan de la mobilité vers le commerce. Les enquêtes du CREDOC indiquent qu'ils fréquentent un nombre moins important de formules commerciales alimentaires que les plus jeunes. On est ici en présence d'un effet d'âge, mais aussi d'un effet de génération : les futurs seniors, habitués à frayer dans la diversité de l'offre commerciale et bénéficiant d'une plus grande mobilité que ceux qui les ont précédés, témoigneront très certainement d'un éclectisme commercial croissant. Quant aux formes de commerce qu'affectionnent les seniors, retenons qu'ils fréquentent moins les hypers, ainsi que le hard-discount ; ils affectionnent davantage les supermarchés et les commerces de proximité. On peut voir ici une conséquence de la moindre mobilité des personnes âgées qui les conduit à privilégier des points de vente proches de leur domicile et de petite surface. Notons cependant que le déficit de mobilité automobile des personnes âgées tient pour une large part à un effet de génération. Elle tend à s'accroître et continuera vraisemblablement de progresser au cours des prochaines années en raison de l'accroissement de la proportion de seniors en possession d'un permis de conduire (particulièrement marqué chez les femmes) et de leur taux de motorisation.

b) LA REDUCTION DE LA TAILLE DES MENAGES

Le vieillissement de la population contribue à la tendance à la réduction de la taille des ménages. La taille moyenne en France est en effet passée de 2,88 personnes en 1975 à 2,31 en 2005. Selon les travaux de l'INSEE⁴, cette réduction est imputable à peu près à parts égales au vieillissement de la population (départ des enfants du foyer, veuvage) et aux changements intervenus dans les modes de cohabitation, avec la multiplication des familles monoparentales et l'augmentation du nombre des adultes vivant seuls. L'INSEE anticipe une poursuite de cette tendance qui devrait conduire à une taille moyenne des ménages autour de 2,20 personnes en 2015. C'est rien moins que l'archétype de la famille de Français moyens, cœur de cible de la grande distribution, qui est en train de s'étioler.

Toutes choses égales par ailleurs, la baisse de la taille des ménages conduit à la réduction du revenu par unité de consommation, dans la mesure où le coût de la vie par personne dans un foyer de 2 personnes est supérieur à celui d'un ménage de 4 personnes (les charges afférentes au logement et à son équipement ne varient pas proportionnellement au nombre d'individus composant le ménage). Dans un contexte de faible croissance du pouvoir d'achat, ceci peut conduire à des arbitrages de consommation défavorables à certains postes de consommation (dont les produits alimentaires). Mais plus encore, la multiplication des petits ménages est de nature à amoindrir l'attrait des formats de distribution associés à la massification des achats et favoriser ainsi le commerce de proximité.

c) L'ÉVOLUTION DE LA GEOGRAPHIE RESIDENTIELLE

Le développement des grandes surfaces de périphérie depuis 40 ans a été concomitant au mouvement d'étalement urbain. En France, ce dernier s'est déroulé en trois grandes étapes [Baccaïni et Sémécurbe, 2009] :

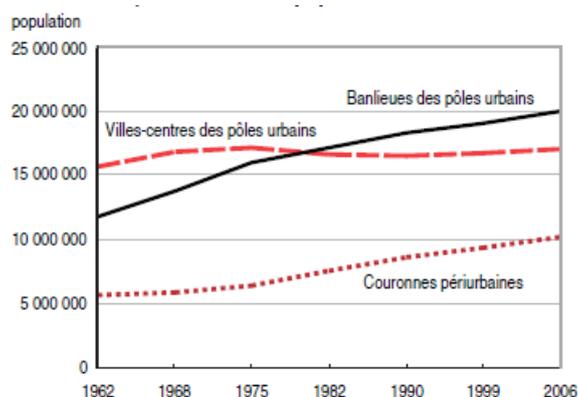
- au cours des années 1960 et jusqu'au milieu des années 1970 – au moment où naît la grande distribution – les banlieues des pôles urbains affichent un très fort dynamisme démographique ;

⁴ Jacquot [2006].

- du milieu des années 1970 jusqu'en 1990, le dynamisme démographique se déplace vers les zones périurbaines. Les villes centres perdent des habitants ;

- depuis le début des années 1990, le mouvement de périurbanisation se ralentit et s'opère davantage par densification que par extension du périmètre de l'urbain. Les villes centres retrouvent une certaine vitalité démographique. Une analyse plus fine⁵ montre que les communes rurales des aires urbaines bénéficient depuis peu d'un fort dynamisme démographique. Elles combinent les avantages d'un cadre de vie rural et de l'attractivité (notamment sur le plan de l'emploi) de la proximité de pôles urbains. Même si c'est de façon plus mesurée, les communes rurales de l'espace à dominante rurale bénéficient elles aussi d'une redynamisation sur le plan démographique.

Graphique 2 : Évolution de la population par type de sous-espaces des aires urbaines



Source : INSEE, recensements de la population. Repris de Baccaïni et Sémécurbe [2009]

Au total, en près de 50 ans, la structure de la population française selon le type de commune de résidence s'est fortement altérée, avec un important recul de la part des habitants des villes centres au profit des habitants des communes de banlieue et des couronnes périurbaines. Même si elle demeure moins « étalée » que celle de la population, la structure géographique de l'appareil commercial a suivi cette tendance démographique. Elle l'a même souvent anticipée, tablant sur la mobilité croissante des consommateurs, afin de pouvoir exploiter d'importantes disponibilités foncières bon marché pour déployer des points de vente et des centres commerciaux exigeant de grandes surfaces. L'aménagement des banlieues et des zones périurbaines a obéi à des principes très différents de ceux qui avaient présidé à l'aménagement des villes centres. Les principes urbanistiques qui ont prévalu entendaient rationaliser l'utilisation de l'espace au moyen de la spécialisation fonctionnelle (logique de « zonage »). Les nouveaux pôles commerciaux ont donc adopté une morphologie fort différente de celle des centres-villes historiques et des pôles commerciaux de quartier ; ils se sont constitués en vastes zones commerciales (centres commerciaux, parcs commerciaux...), largement détachées du tissu urbain, dont la localisation reposait avant tout sur une double logique de massification et d'accessibilité automobile.

Les inflexions observées au plan de la localisation résidentielle des ménages au cours des dernières années se combinent à des considérations plus directement liées au changement de régime de croissance de la grande distribution, pour conduire à une lente évolution des logiques d'implantation des commerces. Nous reviendrons plus longuement sur ce point. Contentons-nous d'évoquer ici que, si l'expansion de l'appareil commercial continue de s'opérer de manière prioritaire au sein des espaces périphériques, on observe un certain retour du commerce dans les villes centres ainsi que dans certains types de zones rurales.

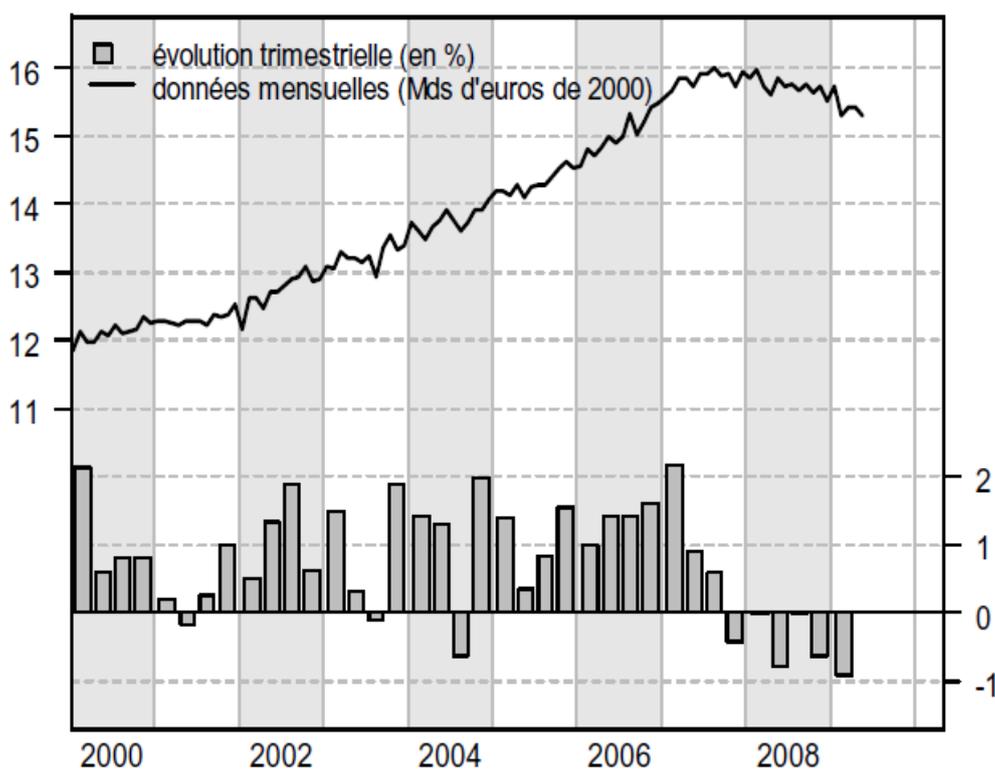
⁵ Morel et Redor [2006].

2. LES FACTEURS ECONOMIQUES

a) LA TERTIAIRISATION DE LA CONSOMMATION

Le commerce est défini comme une activité consistant à acheter des marchandises afin de les revendre, sans transformation. La dynamique de l'activité du commerce est donc très dépendante de la manière dont évoluent les achats des produits manufacturés par les ménages. Or, en la matière, on assiste à un mouvement long et continu de recul de la part des produits manufacturés dans la dépense des ménages, au profit des services. Il est découlé une diminution tendancielle du poids de la consommation commercialisable dans la consommation effective. Ce recul relatif, qui s'est longtemps accompagné d'une croissance en termes absolus, est associé depuis 2007, avec les conséquences de la poussée inflationniste puis de la crise, à une tendance au recul du volume des ventes de produits manufacturés par le commerce.

Graphique 3 : Évolution des dépenses de consommation en produits manufacturés (hors alimentaire), champ du commerce



Source : INSEE

Le logement est le principal responsable du recul relatif des produits manufacturés dans la consommation des ménages. En France, il représente aujourd'hui plus de 25% de leur budget. Au cours des dernières décennies, les coefficients budgétaires de l'alimentaire et du logement ont connu une trajectoire inverse, le logement détrônant l'alimentaire comme premier poste budgétaire dans le courant des années 1970. Notons toutefois qu'une partie de l'importance du poids budgétaire du logement relève de l'artefact statistique, les règles de la comptabilité nationale conduisant à imputer aux ménages propriétaires de leur logement un loyer fictif

équivalent à celui qu'ils auraient eu à payer sur le marché locatif. Après élimination des loyers fictifs, la part du logement dans le budget des ménages s'établit autour de 15%. Le poste « transport et communications » a lui aussi connu une forte progression tendancielle : l'essoufflement de la croissance des dépenses associées à l'automobile a été compensé par l'important essor des dépenses de télécommunications. Enfin, même s'ils sont d'un poids plus modeste, les postes « santé » (où ne sont comptabilisées que les dépenses directement à la charge des ménages) et « loisirs » s'inscrivent dans une tendance à la hausse.

A court, moyen et long terme, il n'y a pas de raison de penser que la dynamique de la structure de la dépense des ménages puisse se trouver profondément altérée. Le poids des produits manufacturés continuera de reculer à un rythme qui dépendra de l'intensité des gains de productivité réalisés dans l'industrie, et de la capacité du progrès technique à renouveler l'offre. Si l'accroissement de l'offre de logements est susceptible de freiner la montée des prix de l'immobilier, les aspirations des ménages à des logements plus grands, plus confortables et mieux situés, devraient entretenir la pression à la hausse du poids budgétaire du logement. La dynamique des dépenses associées aux loisirs et à la santé sera entretenue à la fois par l'adéquation de ces fonctions aux tendances sociétales (voir plus bas), par le jeu des effets d'âge et de génération, ainsi sans doute que par l'approfondissement du processus de marchandisation de consommations qui relevaient pour une large part du secteur non marchand et/ou de la production domestique. L'évolution du poste « transport et communications » est plus incertaine, mais les perspectives de renchérissement durable du prix de l'énergie et l'innovation dans le domaine des télécommunications peuvent laisser anticiper une croissance du coefficient budgétaire qui leur est associé.

Cette tendance à la tertiairisation de la consommation est une incitation forte pour les entreprises commerciales à s'engager dans les marchés de services. Depuis longtemps déjà, les enseignes de la grande distribution se sont portées sur les marchés de services : voyages, produits financiers et d'assurance, billetterie... Plus récemment, elles ont abordé le marché de la téléphonie mobile, voire de la vente d'énergie et de services à la personne. Le bilan de l'offensive du commerce sur les marchés de services est cependant mitigé, les parts de marché conquises demeurant généralement modestes. Les modèles économiques et les formes de vente adoptées pour la commercialisation des biens se révèlent peu adaptés à la vente de services qui imposent très vite une interaction des clients avec du personnel de vente qualifié. Des efforts ont été engagés dans ce sens. Le cas de Tesco en Grande-Bretagne témoigne de l'existence d'une véritable marge de progrès pour les entreprises du commerce sur le marché des services. La montée en compétence sur les services, notamment avec le renfort des NTIC, comptera sans nul doute parmi les priorités des distributeurs au cours des prochaines années.

b) LA CROISSANCE DES DEPENSES PRE-ENGAGEES

Le montant des achats que les ménages réalisent dans le commerce dépend notamment du budget qui leur reste une fois que l'ensemble des dépenses « pré-engagées » ont été payées⁶. Or, le poids de ces dépenses dans le budget des ménages est inscrit dans une tendance à la hausse (de 13,4% du revenu en 1959 à 29,0% en 2006⁷). L'augmentation du coût du logement, bien sûr, a joué dans ce sens. Mais le mouvement est également entretenu par le développement de nouvelles formes de contractualisation « à l'accès » qui se substituent aux contractualisations « à l'acte ». Les forfaits, avec ou sans engagement mais de toute façon donnant lieu à prélèvement automatique sur le compte du client, sont la forme la plus courante de transactions dans les services de télécommunications (téléphonie, accès à Internet, bouquets de programmes télévisés...). La forfaitisation est également en cours de diffusion sur plusieurs marchés de loisirs : clubs de remise en forme, cinéma... Au total, le secteur du commerce pâtit du fait que la croissance du pouvoir d'achat « libéré » (l'argent

⁶ Les dépenses pré-engagées sont associées à un engagement contractuel qui lie le client à court terme et qui réduit sa capacité d'arbitrage entre les différents biens et services.

⁷ Quinet [2008].

susceptible d'être dépensé dans le commerce) a eu tendance, ces dernières années, à être inférieure à celle du pouvoir d'achat du revenu disponible. Ce n'est sans doute pas un hasard si c'est un distributeur (M.E. Leclerc) qui a assuré la promotion des notions de dépenses pré-engagées et de pouvoir d'achat du revenu libéré⁸. Si l'on fait l'hypothèse – réaliste si l'on anticipe le développement d'une « économie des effets utiles » (voir plus bas) - de l'intensification des contractualisations à l'accès, les distributeurs, afin de ne pas subir cette évolution, seront fortement incités à développer à leur tour des formes de contractualisation originales leur assurant un accès direct au revenu des ménages. Ceci les conduira cependant à faire évoluer sensiblement les modèles qui régissent aujourd'hui l'activité commerciale.

C) LE CAPITALISME POST-FORDIEN

Comme annoncé dans l'introduction de cette note, notre démarche consiste à considérer que la dynamique du secteur de la distribution est en grande partie dictée par les mutations du système économique et social, les structures de l'appareil commercial, les formes de vente et les modèles économiques des distributeurs qui doivent, à l'équilibre, se trouver en phase avec les caractéristiques fondamentales du système économique et social du moment. Nous aborderons plus bas les tendances sociétales. Arrêtons-nous ici brièvement sur les mutations du système économique.

Les caractéristiques de l'appareil commercial d'aujourd'hui sont, pour l'essentiel, le produit de la révolution commerciale intervenue dans les années 1960 avec la naissance de la grande distribution. Le succès spectaculaire rencontré par les différentes formes de commerce « discount » s'explique fondamentalement par l'adéquation étroite de cette conception du commerce avec les fondamentaux du système économique et social de l'époque. Pour ce qui est de la sphère économique, nous sommes alors en plein capitalisme industriel, de type « fordiste ». La grande distribution va opérer la transposition au monde du commerce des leviers d'efficacité économique du capitalisme industriel : substitution du capital au travail, déqualification du travail, exploitation des effets de dimension (à l'échelle des points de vente, des réseaux, des centrales d'achat)... La grande distribution peut ainsi s'interpréter comme la distribution de masse qui, en optimisant les coûts de diffusion, fait le lien entre la production de masse dans les usines et la consommation de masse dans les foyers.

Le fordisme est entré en crise dans le courant des années 1970. Progressivement, un nouveau capitalisme émerge, au terme d'un important travail de restructuration des structures économiques et institutionnelles. Même si les économistes ne sont pas unanimes sur les propriétés du capitalisme post-fordien, ni sur son degré d'achèvement, il règne un consensus autour de l'idée que l'immatériel se trouve désormais au cœur de l'économie. Décrire ici ce capitalisme immatériel est totalement hors de propos. Nous nous contenterons de pointer succinctement deux de ses facettes qui sont susceptibles d'avoir des implications directes sur l'inscription du commerce dans le système productif.

- UNE ECONOMIE DE LA CONNAISSANCE

Il est devenu banal de pointer l'importance prise par la connaissance dans le capitalisme contemporain. En tant que matière première de l'innovation, la connaissance joue un rôle essentiel dans la compétitivité des entreprises, dans leur capacité à stimuler la demande et à tempérer, par la différenciation, les conséquences d'une concurrence exacerbée par la mondialisation. Depuis 30 ans, les entreprises se transforment pour entrer dans cette économie de la connaissance : adoption de formes d'organisation « apprenantes », gestion du capital humain et du patrimoine de compétences, redéfinition du métier autour de compétences spécifiques, insertion dans des réseaux d'alliances pour bénéficier de l'apport de compétences complémentaires...

⁸ BIPE [2007].

Les entreprises du commerce n'ont engagé que très récemment leur entrée dans l'économie de la connaissance. Alors que la grande distribution est connue pour faire jouer l'ascenseur social, les emplois de siège sont de plus en plus fréquemment occupés par les techniciens hautement qualifiés. La fonction logistique fait appel à des méthodes et des outils de plus en plus sophistiqués. La définition de l'assortiment, la tarification, les actions promotionnelles... s'appuient désormais sur une connaissance très approfondie de la clientèle, de son profil et de ses comportements, telle qu'elle ressort du traitement des « mégabases de données » par des statisticiens-informaticiens chevronnés.

Ce mouvement n'en est encore qu'à ses débuts. La montée du contenu en intelligence de l'activité commerciale pose un certain nombre de questions sur l'avenir du secteur du commerce. Tout d'abord, les grandes entreprises du secteur, créées pour la plupart il y a plusieurs décennies et dont le fonctionnement a longtemps reposé sur des principes tayloriens-fordiens et sur l'exercice de la puissance, sauront-elles faire montre d'une plasticité suffisante pour adopter des modes d'organisation et une conception de leur métier très différents ? La nécessaire montée en compétence – notamment en matière de logistique et de marketing – ne risque-t-elle pas de conduire à redéfinir les contours de l'activité des distributeurs ? Les groupes de distribution s'interrogent régulièrement sur la question de savoir si la logistique doit être internalisée ou externalisée auprès de prestataires spécialisés. En matière de marketing, alors que certains externalisent le traitement des données, d'autres s'efforcent d'acquérir les compétences nécessaires. L'entrée de la distribution dans l'économie de la connaissance s'accompagnera ainsi d'une réflexion fondamentale sur la nature du métier et des compétences qui lui sont attachées.

- UNE ECONOMIE DU SERVICE

A en juger par l'évolution de la structure du PIB et de l'emploi par grands secteurs d'activité, si le fordisme était une économie industrielle, le post-fordisme est à n'en pas douter une économie servicielle. Dans les pays riches, en effet, le poids des services se situe autour de 75-80% alors que celui de l'industrie est tombé autour de 20%. La montée du poids des services dans l'économie se retrouve, comme on l'a vu, dans la tertiairisation de la consommation.

Au-delà du renforcement du poids des secteurs de services dans l'économie, l'évolution la plus profonde réside sans doute dans la généralisation de la relation de service. On note en effet dans tous les secteurs (industriels comme de services) une évolution sensible dans la nature de la relation commerciale, induite notamment par le renforcement de la concurrence et les stratégies d'externalisation suivies par les grandes firmes. Dans le cadre de la relation de service, l'entreprise prestataire se propose d'apporter une solution à un problème rencontré par le bénéficiaire. La vente de produits (ou de services) n'est plus qu'une étape (quelquefois superflue) d'une relation inscrite dans la durée, visant à décharger le client, à satisfaire globalement son besoin. Ce déplacement de l'objet de l'échange s'accompagne d'une profonde modification de sa nature : l'offre, personnalisée, est en grande partie définie au cours de la relation au moyen des interactions qui se nouent entre le vendeur et l'acheteur.

La montée de la relation de service et l'émergence de marchés de solutions sont très avancées dans la sphère du BtoB (interentreprises). Le mouvement est engagé dans le BtoC (marché des particuliers), notamment à partir des métiers de la banque, de l'assurance, de l'énergie... Le commerce tarde à entrer dans l'approche servicielle. Le commerce de bricolage et celui d'accessoires automobiles sont sans doute les plus avancés. Au-delà de la vente de services (qui peut d'ailleurs intervenir sur un mode transactionnel conforme à la logique industrielle), les distributeurs auront donc à progresser dans l'approche servicielle. Ils commencent, ici ou là, à enrichir la transaction commerciale en services (livraison à domicile, conseil, extension de garantie...). Leur marge de progrès est considérable et son exploitation constituera une ligne de force de la transformation du commerce à moyen et long terme (voir plus bas).

3. LES FACTEURS SOCIÉTAUX

Le développement de la grande distribution dans les années 1960-1970 a été porté par l'adaptation de cette forme de commerce aux modes de vie, à la structuration sociale et aux valeurs qui dominaient alors les sociétés occidentales. Une fois de plus, notre propos n'est pas ici d'évoquer en profondeur des questions ayant fait l'objet de nombreuses recherches et qui sont toujours en débat parmi les spécialistes. Au risque de tomber dans la caricature, disons que la société d'alors se structurait autour d'une classe moyenne en forte expansion économique et démographique, homogène dans ses valeurs, ses modes de vie et ses comportements de consommation et qui a constitué le cœur de clientèle de la grande distribution.

L'élévation du niveau de vie, le déclin des macro-institutions (religion, idéologies, école...) qui homogénéisaient la socialisation, les transformations de l'organisation du travail et de la gestion des ressources humaines dans les entreprises, l'ouverture des frontières... ont progressivement fait évoluer les structures sociales, en les complexifiant⁹. La notion de classe sociale semble avoir perdu une grande partie de son pouvoir prédictif des cadres de pensée et des comportements, alors que se renforce l'autonomie des individus. C'est ainsi la culture de masse et de classes qui s'est effilochée, mettant à mal la consistance sociologique de la notion de classe moyenne sur laquelle s'était pourtant fondée la grande distribution.

Nous avons choisi d'explorer les tendances sociétales à travers la discussion de cinq « valeurs » qui nous semblent particulièrement pertinentes pour servir de cadre à l'analyse des déterminants des comportements de consommation.

a) LES VALEURS QUI SOUS-TENDENT LES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION CONTEMPORAINS

- L'INDIVIDUALISME

La montée de l'individualisme est consubstantielle au mouvement séculaire de modernisation. Elle signifie la conquête par l'individu de son autonomie face au conditionnement du milieu social. L'hyper-individualisation contemporaine est alimentée par la perte d'influence des macro-institutions et constitue donc le corollaire de l'affaiblissement des logiques de classe. Une « société de personnes » s'est ainsi affirmée. Sur le plan de la consommation, le processus d'individualisation est responsable du fait que les variables sociodémographiques usuelles (le niveau de revenu, la CSP, l'âge...) ont perdu une partie de leur pouvoir explicatif des attentes et des comportements. Couplé au poids croissant avec l'élévation du niveau de vie des ressorts immatériels dans les déterminants de la consommation, ceci conduit à la plus grande hétérogénéité de la demande à l'origine d'une micro-segmentation des marchés obéissant à un faisceau de déterminants complexes et versatiles. L'offre tente de répondre à cette évolution de la demande par l'accroissement de la variété au moyen de gammes étendues, voire d'une production sur-mesure. La distribution se trouve ainsi confrontée à une offre devenue pléthorique qui la condamne à opérer des choix. Plus lourdement encore, la distribution de masse, dont le positionnement marketing reposait sur une conception archétypale d'un consommateur représentatif de la classe moyenne (la fameuse ménagère de moins de 50 ans), est elle aussi confrontée à cette fragmentation de la demande portant, au-delà des produits, sur la nature même du service commercial. Nous verrons que l'adaptation du commerce à l'individualisation de la demande est une des principales lignes de force des transformations contemporaines de l'appareil commercial.

⁹ Voir notamment Ascher [2005] et Dubet [2009].

La poussée de l'individualisme conduit également à faire évoluer les termes de la relation marchande. L'individu hypermoderne est en quête de reconnaissance. Mieux formé, plus qualifié, habitué à faire des choix dans sa vie personnelle comme dans sa vie professionnelle, il tolère de moins en moins d'être réduit au statut d'élément anonyme d'une masse indistincte. D'où ce niveau d'exigence croissant en matière de qualité de l'accueil, de réduction des temps d'attente, de disponibilité des produits et des personnels... Alors qu'assumer sa liberté individuelle au quotidien peut se révéler difficile et anxiogène, l'individu hypermoderne, lorsqu'il endosse le costume du client, entend que soient tenues les promesses accolées au discours sur l'impératif de la « satisfaction du client », sur le « client roi ». Détenteur du pouvoir d'acheter, il apprécie de se sentir important, « chouchouté », de percevoir que celui que veut lui vendre quelque chose n'en veut pas qu'à son porte-monnaie, mais adopte un comportement « juste », voire se présente comme un véritable partenaire qui a compris ses attentes et fait de son mieux pour tenter de les satisfaire. Il dispose désormais de l'accès à de nouvelles technologies améliorant son niveau d'information, ce qui l'aide à se muer en « consommateur » exigeant, infidèle (ou aux fidélités multiples), opportuniste.

- LA RELIANCE

L'importance des valeurs individualistes ne signifie pas le repli de l'individu sur lui-même. Les sociologues évoquent la notion « d'individualisme relié » pour désigner la spécificité de la quête de liens aux autres qui anime l'individu hypermoderne. Cette « reliance » s'exprime à deux niveaux :

- par l'établissement de liens forts avec un cercle relativement étroit de proches (famille, amis) et l'entretien d'un réseau plus ou moins étendu de liens faibles avec une diversité de « tribus » auxquelles l'individu décide de s'intégrer librement et, généralement, de façon superficielle et circonscrite à des centres d'intérêt bien délimités ;

- par un rattachement plus général à la globalité, au « cosmos », *via* l'adhésion à des valeurs altruistes à la base de la sensibilité aux causes humanitaires, aux problématiques du développement durable, de l'éthique... voire à certaines formes de pratiques religieuses.

La problématique de la reliance s'incarne, dans la consommation, par certains comportements de nature « tribale » ou « communautaire », ainsi que par des choix reflétant l'adhésion à un système de valeurs (la consommation de produits bio, de produits issus du commerce équitable...).

Pour les sociologues de la « postmodernité », nous assisterions à un renouveau des valeurs collectives, favorisé notamment par le besoin de rassurance face à la perte de sens et au besoin de supports à une construction identitaire reposant trop fortement sur l'individu.

- L'HEDONISME

La force des valeurs individualistes, couplée à la crise de la notion de progrès, favorise le règne de l'hédonisme : le rejet de la contrainte, le bonheur, tout de suite. Le contenu qui est donné aujourd'hui à la notion de bonheur est de plus en plus associé à l'accumulation de petits plaisirs (syndrome Amélie Poulain). Le confort matériel étant désormais acquis pour le plus grand nombre, l'hédonisme s'incarne de plus en plus dans le vécu (vivre des « expériences », accumuler les « bons moments », les souvenirs...) et dans la quête du confort psychologique.

Cette quête du plaisir conduit les individus à éviter les situations vécues comme des contraintes, des temps vides. Elle alimente l'impatience ambiante qui caractérise la société contemporaine. Lorsqu'elles sont vécues comme une contrainte, les courses deviennent alors la cible de stratégies d'évitement. Plus positivement, cette orientation hédoniste conduit à la valorisation des « expériences positives » qui deviennent la cible d'un marketing expérientiel en plein développement, en particulier dans le commerce non-alimentaire.

- LA RASSURANCE

L'individu hypermoderne s'est libéré de systèmes de pensée holistique fournissant un cadre étroit à son interprétation du monde et à ses comportements. La contrepartie peut être une certaine difficulté à assumer cette liberté, une « fatigue d'être soi » face au vide, renforcée par l'incertitude que produit une vision pessimiste de l'avenir alimentée par l'hypersensibilité aux risques globaux. Il se trouve ainsi souvent en quête de « assurance », c'est-à-dire d'éléments susceptibles d'accroître son sentiment de sécurité, de lui offrir des repères, de le conforter dans sa quête identitaire. Reliance et assurance se trouvent ainsi étroitement liées.

Le besoin de assurance s'exprime, dans les comportements de consommation, par exemple par la place de premier plan occupée par les garanties d'hygiène et de sécurité parmi les critères de choix des produits consommés, mais aussi par la sensibilité à l'égard des registres immatériels associés à la tradition, aux origines ethniques, au terroir. Ce besoin de assurance se traduit également par un retour des préoccupations sécuritaires, qui s'exprime notamment lors de la fréquentation des commerces en zones urbaines sensibles. L'encadrement du magasin par un service de sécurité efficace – tout en restant discret et courtois – constitue dans ces quartiers un élément de assurance fort aux yeux des clients. De manière plus abstraite, le besoin de assurance n'est pas étranger au regain d'intérêt des consommateurs pour le commerce de proximité.

- LA DEFIANCE

La défiance ne constitue pas à proprement parler une valeur, contrairement à la confiance dont elle est le négatif. La défiance est pourtant une composante importante des attitudes au sein d'un certain nombre de pays européens, notamment en France et en Belgique. Corollaire sans doute de la perte de confiance dans le progrès et de la dissolution des facteurs traditionnels du lien social, la défiance s'exprime dans les relations interpersonnelles mais, plus encore, envers les institutions. L'Eurobaromètre de la Commission Européenne fournit des indices d'une tendance à l'accentuation du sentiment de défiance à l'égard des institutions. La comparaison des réponses aux vagues du printemps 2001 et du printemps 2008 révèle un accroissement du taux de défiance à l'égard d'institutions politiques, pourtant déjà fort mal évaluées. On notera également la nette progression de la part des Français qui ne font pas confiance aux « grandes entreprises »¹⁰. L'accélération de la crise financière en septembre 2008 a très probablement accentué encore cette tendance, par la prise de conscience par une partie de l'opinion publique de la responsabilité des acteurs du secteur financier dans le déclenchement de la crise et dans les difficultés éprouvées par les institutions politiques à mettre en place des réponses à la hauteur des risques qu'elle véhicule.

Cette défiance se répercute sur la relation marchande. L'étude réalisée récemment par le CREDOC sur la perception par les Français du « prix juste »¹¹ témoigne d'un fort sentiment de défiance à l'égard des grands acteurs de l'offre – industriels et distributeurs – suspectés de pratiquer des prix injustes, de réaliser des marges excessives et d'avoir profiter de la vague de hausse des cours des matières premières en 2007-2008 pour augmenter exagérément leurs prix. Un prix juste serait, selon le profil des consommateurs, soit « un prix qui autorise une rémunération satisfaisante des salariés et permet d'assurer la protection de l'environnement », soit « un prix qui assure un bon rapport qualité-prix ». Ce dernier point explique sans doute pourquoi le prix des produits à marque de distributeur (dans l'alimentaire) est perçu majoritairement comme juste, alors que celui des produits de grandes marques est massivement considéré comme injuste. Nous avons là un indice du développement d'une posture critique envers un marketing suspecté de renchérir les produits sans supplément significatif de valeur client. Cet élément joue, avec d'autres, en faveur d'une évolution du partage du marché au profit des marques de distribution/marques enseignes et au détriment des marques d'industriels.

¹⁰ Malheureusement, le degré de confiance dans les grandes entreprises n'est plus suivi depuis la vague du printemps 2006.

¹¹ Corcos et Moati [2008].

**Tableau 2 : "Pour chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en elle -% de réponse
"Plutôt pas confiance" (en%) - France**

	Printemps 2001	Printemps 2008
Les partis politiques	83	86
Le gouvernement	57	66
Le parlement	52	56
La justice	51	50
Les grandes entreprises	51	59*
La télévision	43	38
La presse écrite	41	49

* Automne 2006

Source : Eurobaromètre Standard, Commission Européenne

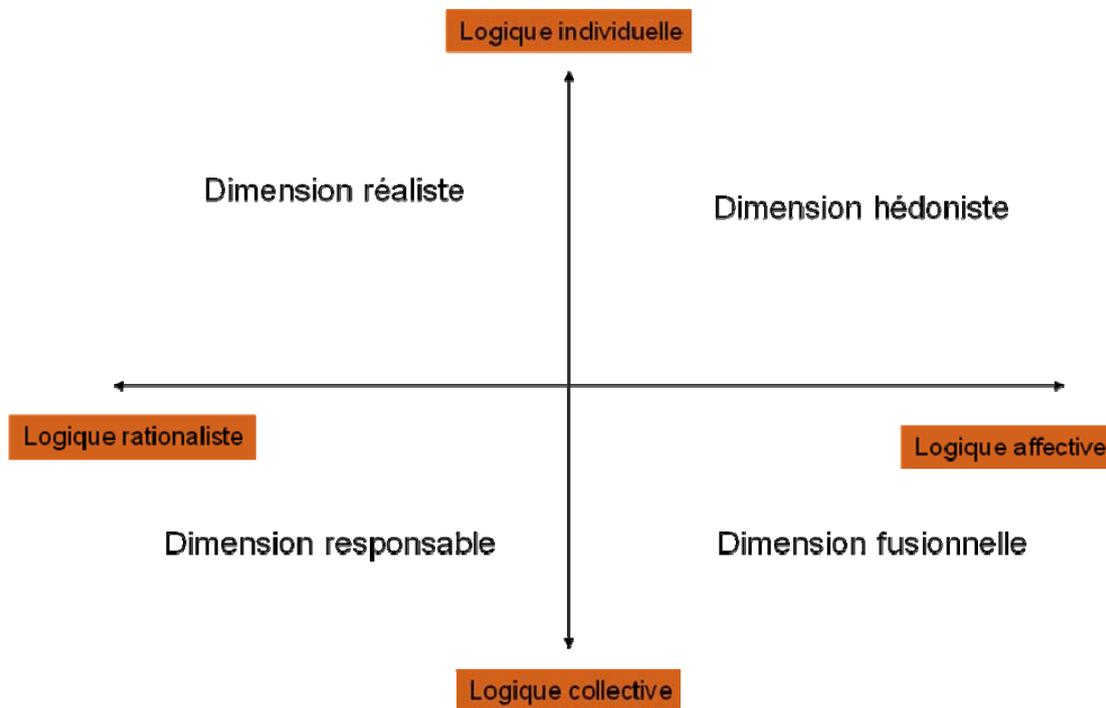
Plus généralement, l'importance du sentiment de défiance comporte plusieurs implications pour la distribution. Elle encourage « l'achat malin » qui consiste pour les consommateurs à intensifier leur recherche d'information avant l'achat (notamment entre pairs), à tirer profit des écarts de prix et des avantages promotionnels, à marchander... Elle est également susceptible d'encourager un déplacement des parts de marché au profit des marques et des circuits de distribution perçus comme « petits », proches, échappant aux dérives d'un capitalisme financier mondialisé. En positif, elle ouvre des opportunités stratégiques pour les enseignes qui sauront refonder la confiance, conclure de nouvelles alliances avec les consommateurs.

b) DES CONSOMMATEURS MOBILES DANS L'ESPACE DES VALEURS

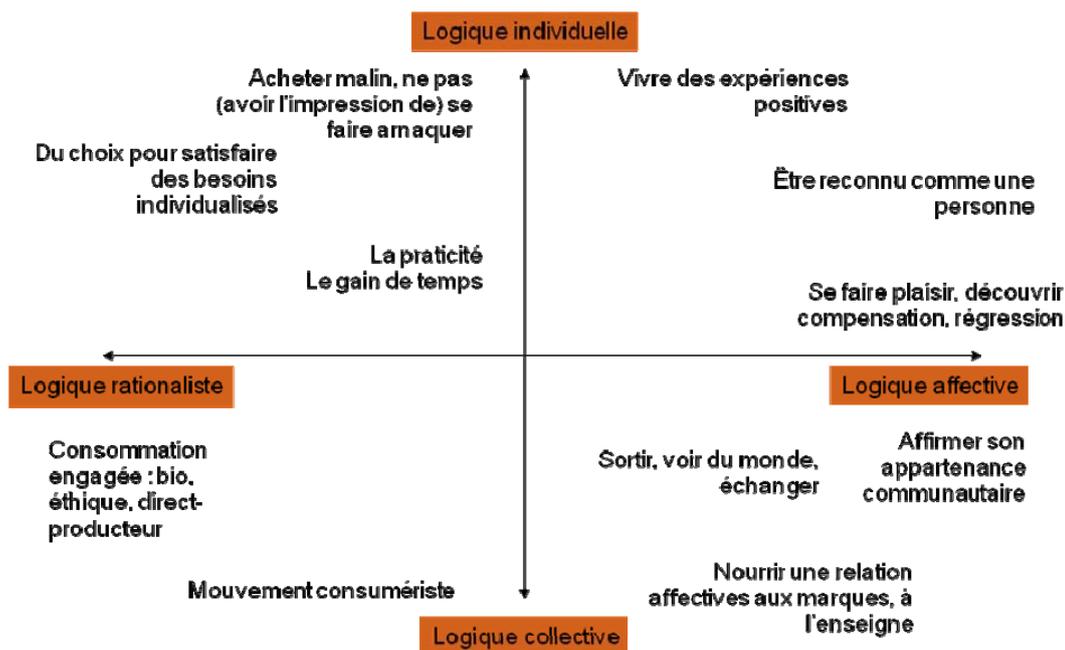
Les valeurs qui sous-tendent les comportements de consommation se combinent entre elles de façon subtile, en créant ainsi des tensions entre des attitudes susceptibles d'entrer en conflit. Le schéma ci-dessous, emprunté à Oettgen et Oettgen [2004], fournit un cadre de pensée utile. L'axe vertical oppose les logiques individuelles et collectives, qui renvoient assez largement à l'individualisme et à la reliance évoqués plus haut. L'axe horizontal, qui oppose logique rationaliste et logique affective, est l'écho du débat qui oppose les tenants de l'hypermodernité à ceux de la post-modernité. En schématisant, les premiers estiment que le principe de rationalité – qui est au cœur du processus de modernisation – continue de régner dans le monde occidental, à la fois dans les champs institutionnel (rationalisation des politiques publiques, progression de l'évaluation, du benchmark...), économique (approfondissement de l'économisation de la société) et privé (gestion par l'individu de son capital humain, de son employabilité, de son capital social, de la protection contre les risques...). Pour les tenants de la post-modernité, la crise de la notion de progrès réhabilite l'affectif, l'émotionnel, « l'irrationnel », et participe de la sorte à l'expression plus globale des multiples facettes de ce qui fait l'humanité.

Le croisement de ces deux axes fait apparaître quatre dimensions qui renvoient à des ressorts importants des comportements de consommation d'aujourd'hui : les dimensions réaliste (que l'on pourrait également qualifier d'utilitariste), hédoniste, fusionnelle et responsable.

Schémas 1 et 1bis: Les dimensions des comportements de consommation



A titre d'illustration, le schéma ci-dessous indique comment un certain nombre de faits stylisés de la consommation alimentaire trouvent place dans cet espace.



Source : d'après Oettgen et Oettgen, 2004.

On pourrait tenter d'associer certains groupes sociaux à chacune de ces dimensions. Mais, en réalité, elles sont généralement simultanément actives pour la majorité des consommateurs, avec des dosages variables selon les personnes, les produits, les circonstances. Les tensions susceptibles de régner entre les ressorts de consommation associés à chacune de ces dimensions contribuent à expliquer pourquoi il est devenu si compliqué de comprendre les comportements de consommation et pourquoi ces derniers sont si souvent versatiles. Le poids des facteurs psychologiques dans la hiérarchie des dimensions fait que celle-ci se révèle sensible aux circonstances, à la conjoncture. C'est ainsi que la crise (qui fait suite en France à plusieurs années durant lesquelles une large fraction de la population a ressenti une contraction de son pouvoir d'achat) semble renforcer la dimension utilitariste (« achat malin »), mais aussi, apparemment, la dimension responsable.

La complexité des ressorts des attitudes à l'égard de la consommation et leur variabilité sont un véritable défi lancé aux entreprises de distribution, qui devrait constituer une incitation supplémentaire à monter en compétence en matière de marketing, de l'intelligence de la demande à la gestion de la relation client.

4. LES ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Faire face à l'impératif écologique et s'engager dans la voie du développement durable s'est imposé en très peu de temps à la fois comme une priorité politique et comme une préoccupation importante de l'opinion publique, porteuse de nouvelles attitudes et de nouveaux comportements. La problématique du développement durable va interférer avec les mutations du commerce selon plusieurs courroies de transmission. Nous distinguerons ici les effets directs sur les entreprises du secteur du commerce et les effets indirects qui passent par les transformations de l'environnement induites par la question environnementale.

a) LES EFFETS DIRECTS SUR LE COMMERCE

En raison du rôle majeur que joue le commerce sur les modes de consommation, les flux logistiques, l'urbanisme et les flux de déplacement..., ce secteur est appelé à être très fortement touché par la montée des préoccupations environnementales, à la fois sous l'angle réglementaire et sous la pression de l'opinion publique. Les entreprises commerciales, déjà soumises à des contraintes réglementaires qui affectent différents maillons de la chaîne de valeur, anticipent le renforcement des obligations légales. La profession, qui s'efforce d'adopter une posture positive, prend quelquefois les devants et joue la carte du partenariat avec les pouvoirs publics et les agences non gouvernementales. La convention « pour un commerce durable »¹² signée en janvier 2009 entre l'État français et la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (qui regroupe les grandes enseignes de la distribution alimentaires implantées en France) est exemplaire de cette posture, ainsi que de la manière dont le thème du développement durable interfère avec l'activité commerciale. Le champ couvert par cette convention s'articule autour des quatre points d'impact de l'enjeu environnemental suivants.

- L'IMPACT SUR LES MAGASINS

L'objectif général est de réduire les consommations énergétiques et les émissions de gaz à effet de serre des magasins et centres commerciaux. Les nouvelles implantations sont généralement très volontaires sur ce terrain. Les deux premiers centres commerciaux nouveaux labélisés HQE (haute qualité environnementale) ont ouvert en France en 2009 (Atoll à Angers et Okabé au Kremlin-Bicêtre). Leclerc a récemment ouvert son

¹² http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/conventioncommerces_cle051995-1.pdf.

premier hypermarché HQE dans la région lilloise. La modernisation d'équipements existants offre également l'opportunité d'améliorer le bilan environnemental des implantations commerciales. Le vieillissement du parc de grandes surfaces et de centres commerciaux offre de ce point de vue une opportunité d'accélération de l'amélioration des performances environnementales du secteur du commerce. Enfin, les enseignes sont de plus en plus nombreuses à tenter de mettre en œuvre les conditions d'un fonctionnement plus économe des magasins, sans attendre une rénovation. Certaines se montrent particulièrement ambitieuses. C'est le cas en particulier d'Ikea. La filiale française vient de signer un accord avec le WWF qui définit un certain nombre d'objectifs prioritaires au rang desquels figure la volonté de réduire la consommation d'énergie de 15% en trois ans et, dans le même temps, de faire monter à 75% la part des énergies renouvelables dans la consommation des magasins. L'éclairage et le chauffage sont les principaux points travaillés par les enseignes au-delà, bien évidemment, du bâti. L'optimisation de la gestion du froid est une dimension supplémentaire pour les points de vente alimentaires. Un groupe de la distribution alimentaire française s'apprête à annoncer la mise en place de capteurs solaires sur le toit de la majeure partie de ses centres commerciaux et de ses parkings. A moyen terme, l'objectif vers lequel pourraient tendre les nouvelles implantations commerciales est de parvenir à l'autonomie énergétique et à zéro émission de CO₂. L'enseigne britannique de bricolage B&Q s'est donné pour objectif d'atteindre le seuil du zéro émission à l'horizon 2012.

La vitesse à laquelle les distributeurs s'engageront dans l'exploitation de magasins verts dépendra, d'une part, de la vitesse avec laquelle les exigences réglementaires se renforceront et, d'autre part, des modalités de la sortie de crise qui conditionnent la capacité de financement d'investissements souvent coûteux.

Le souci de bâtir dans le respect de l'environnement touche également les équipements logistiques. Par exemple, le nouvel entrepôt de Conforama implanté près d'Angers, ou encore la plate-forme qu'Yves Rocher s'apprête à ouvrir à Redon sont certifiés HQE.

- LA PROMOTION D'UNE CONSOMMATION DURABLE

En réponse à ce qui est désormais perçu comme allant bien au-delà d'un effet de mode ou ne concernant qu'un micro-segment du marché, les distributeurs sont de plus en plus nombreux à s'engager dans la promotion d'une consommation vertueuse sur le plan environnemental, plus timidement dans celle d'une consommation socialement responsable.

Cette promotion commence par le référencement de produits respectueux de l'environnement et la mise en avant de leurs qualités environnementales au sein des points de vente. Les distributeurs sont cependant tributaires du volontarisme de leurs fournisseurs en la matière. Afin d'être en mesure de prendre l'initiative et, surtout, d'en tirer les bénéfices d'image, les enseignes qui exploitent des marques propres s'engagent dans l'élaboration de produits à connotation développement durable. La plupart des enseignes alimentaires – y compris hard-discount – ont construit des gammes de MDD « Bio ». Certaines ont élaboré des produits d'entretien « verts ». Devant le succès rencontré, ces gammes s'étendent rapidement. Intermarché, Leclerc, Auchan... ont récemment annoncé leur volonté de doubler le nombre de références d'ici le début 2010. Casino a fait figure de pionnier en 2008 en prenant l'initiative d'indiquer le bilan carbone d'un certain nombre de produits alimentaires vendus sous sa marque. Les grandes surfaces de bricolage s'engagent dans la commercialisation de peintures écologiques (à leur marque) et renforcent leur contrôle sur l'origine des bois exotiques commercialisés dans leurs points de vente. Dans l'ameublement, Ikea, en association avec le WWF à l'échelle internationale, agit en faveur d'une gestion forestière responsable, de la promotion de techniques durables en matière d'égrenage du coton, de récolte du rotin... On notera incidemment que l'enjeu du développement durable fournit à la distribution un argument supplémentaire pour mettre en avant ses marques propres et assurer le pilotage de la production.

- L'IMPACT AU NIVEAU DU RECYCLAGE

Selon les termes de la convention passée avec l'État, la FCD (Fédération des entreprises du commerce et de la distribution) s'engage à réduire la production de déchets d'emballages d'au moins 10%, par l'intensification de la démarche partenariale engagée avec les industriels depuis déjà plusieurs années. Une proportion croissante des emballages est recyclée.

La distribution intervient également dans le circuit du recyclage. Les distributeurs sont d'ores et déjà tenus d'encaisser l'éco-participation associée au traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques. Les revendeurs de produits d'équipement ménager assurent généralement la reprise des anciens matériels pour les remettre aux organismes spécialisés dans le recyclage. De nombreuses enseignes, dans différents secteurs, collectent les piles, batteries, et cartouches usagées.

- L'IMPACT SUR LA CHAÎNE LOGISTIQUE

La gestion des approvisionnements qui, jusque-là, était concentrée sur des objectifs d'optimisation des stocks et de qualité de service dans les magasins, est désormais également de plus en plus tenue de participer à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la diminution de la consommation d'énergie, couplée à une meilleure traçabilité et une participation à la réduction de la congestion du trafic.

Un premier axe de travail porte sur un moindre recours au transport routier, par la mise en place d'une logistique multimodale, jusqu' à l'approvisionnement des magasins. Le rail et le transport fluvial sont ainsi de plus en plus sollicités. En France, Monoprix fait figure de leader en la matière.

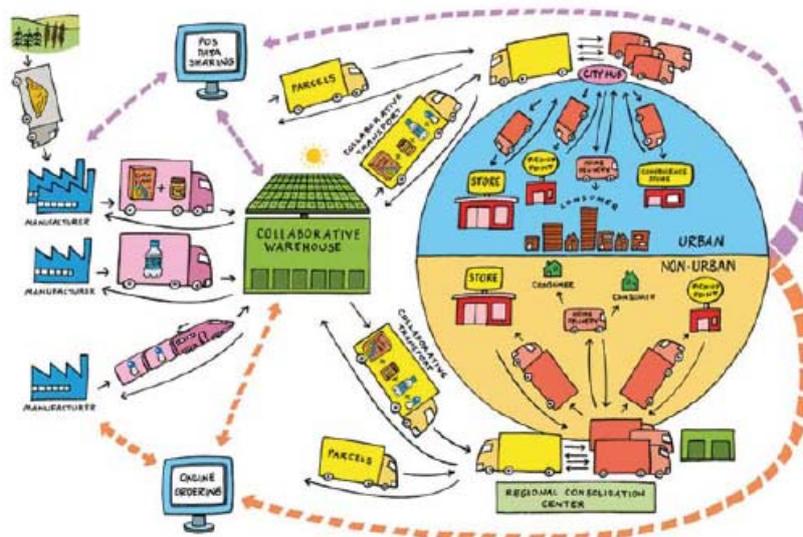
Depuis peu, les efforts se concentrent en particulier sur l'approvisionnement des magasins en milieu urbain, en raison à la fois du coût de cette étape de la chaîne logistique, et des nuisances en tous genres qui lui sont associées. Parallèlement à la réflexion sur l'implantation de plateformes en entrée de ville et à l'usage de véhicules dédiés à la circulation en ville, des expérimentations sont actuellement menées portant sur l'élargissement de l'amplitude horaire de la livraison des magasins, notamment par la livraison de nuit qui permet d'améliorer la circulation de camions mieux remplis.

Mais plus généralement, c'est l'organisation d'ensemble de la chaîne logistique, de l'usine au magasin (voire au client) qui est susceptible de connaître d'importants changements au cours des prochaines années. Le cabinet Capgemini, pour le compte du GCI (Global Commerce Initiative), a récemment engagé une réflexion sur la chaîne logistique du futur, à l'horizon 2016¹³. Le modèle anticipé par Capgemini est résumé par le schéma ci-dessous.

Le modèle repose, en amont, sur l'expédition par les fournisseurs de leurs produits vers des entrepôts « collaboratifs », qui traitent les marchandises de plusieurs fournisseurs sur une base géographique. Un transport, organisé lui aussi de manière collaborative, achemine alors les lots de produits soit vers des plateformes d'éclatement régionales (approvisionnement des zones non-urbaines), soit vers des hubs urbains, eux aussi partagés. De là est organisée la livraison consolidée des points de vente et, en milieu urbain, des points-relais ou du client final à son domicile.

¹³ Capgemini, 2016, *Future Supply Chain. Serving Consumers in a Sustainable Way*, GCI, 2008.

Schéma 2 : La chaîne logistique du futur



Source : Capgemini, 2008

Ce modèle d'organisation, supposé en mesure tout à la fois d'améliorer la qualité de service aux clients et de réduire l'impact environnemental de la logistique tout en diminuant les coûts, nécessite, bien sûr, qu'une démarche partenariale se mette en place entre les fournisseurs et les distributeurs. Ceci ne va pas de soi – en France en particulier – en raison de la nature traditionnellement très conflictuelle des relations industrie-commerce. Ce modèle suppose également que d'importants progrès soient faits en matière de standardisation de l'information portant sur l'identification des produits, de leurs attributs, sur les données de références liées aux sites... Cet effort de standardisation est en cours, notamment sous l'égide de GS1 au niveau mondial. Des expériences pilotes d'optimisation des approvisionnements par un partenariat renforcé entre industriels et distributeurs sont en cours (par exemple, L'Oréal avec Auchan). La puissance publique (État et collectivités locales) pourrait avoir un rôle de catalyseur, notamment par une intervention dans la création des infrastructures mutualisées.

Si la réorganisation de la chaîne logistique est un chantier d'envergure susceptible de conduire à des résultats significatifs sur le plan environnemental, les groupes de distribution s'intéressent également – notamment pour des bénéfices d'image - à la « logistique aval », c'est-à-dire à l'amélioration du bilan environnemental de la rencontre des produits et des clients. Citons, une nouvelle fois, Ikea qui s'est donné pour objectif de réduire le trafic de ses clients motorisés. Tous les magasins Ikea en France doivent désormais se situer à moins de 150 mètres d'une station de transport en commun, et chaque ligne les desservant doit offrir au moins un passage par heure dans les deux sens pendant les heures d'ouverture des points de vente. Certains ont mis en place un système de navettes qui relie le magasin à la station de transport en commun la plus proche. Enfin, Ikea France a lancé en mars 2009 un service de covoiturage en ligne, entièrement consacré aux trajets vers ses magasins. Le site Internet de l'enseigne Géant du groupe Casino offre lui aussi une plateforme de covoiturage.

b) EFFETS INDIRECTS SUR LE COMMERCE

La montée des préoccupations environnementales et leur traduction à la fois sur le plan des comportements et sur celui de l'évolution du cadre réglementaire sont susceptibles d'exercer des effets structurants indirects sur le secteur du commerce et sa géographie, peut-être plus importants encore que les effets directs.

- LE COUT CROISSANT DE LA MOBILITE

Le premier effet indirect porte sur l'anticipation de la croissance du coût de la mobilité. Deux facteurs se conjugueront pour cela : 1) la perspective d'un renchérissement substantiel du prix du carburant, provisoirement mis en sourdine par la crise économique mais que tous les experts s'accordent à considérer comme inévitable ; 2) la volonté des pouvoirs publics de réduire les émissions de gaz à effet de serre qui pourrait conduire à l'élaboration d'une fiscalité sanctionnant l'usage de l'automobile, voire à la mise en place d'un droit d'émission de CO₂. Ces deux points pourraient se trouver tempérés par les progrès que réaliseront les constructeurs sur le plan de la sobriété des véhicules ainsi que, pour les particuliers, par le développement de systèmes d'auto-partage susceptibles de réduire le coût de la mobilité automobile en l'affranchissant de la propriété du véhicule.

Si l'on se situe dans la perspective d'un accroissement du coût de la mobilité, les conséquences pour le commerce pourraient être doubles :

- La réduction de la mobilité automobile des consommateurs vers le commerce (renforcée par la prise de conscience des conséquences environnementales de ce type de mobilité). Elle aurait alors deux conséquences : d'une part, de réduire les distances parcourues pour accéder au commerce, ce qui profiterait aux implantations de proximité, mais aussi au commerce électronique ; d'autre part, de favoriser le développement de commerces autour des hubs de transport public. Le développement du commerce autour des gares est d'ores et déjà en cours.

- Une plus grande prise en compte de la distance dans le choix des approvisionnements des magasins, en particulier pour les produits les plus coûteux à transporter (c'est le cas notamment des produits frais). Cela pourrait favoriser une certaine « relocation » des fournisseurs à proximité des grands bassins de consommation et, plus généralement, encourager la révision de l'organisation de la chaîne logistique par la relocalisation des entrepôts.

- VERS LES VILLES DENSES

Le modèle que le développement urbain a emprunté depuis les Trente Glorieuses - marqué par l'étalement urbain et la spécialisation fonctionnelle - est aujourd'hui dénoncé pour ses effets dévastateurs sur l'environnement, notamment en raison du type de mobilité qu'il induit. Des voix s'élèvent pour suggérer le retour à la ville dense, par le développement de l'habitat vertical.

Cette perspective offre évidemment, bien entendu, d'importantes opportunités au commerce urbain. Elle constituera une incitation supplémentaire à mettre en place de nouveaux modes de livraison des points de vente. Cependant, il est relativement illusoire de considérer que cette densification du tissu urbain puisse s'opérer principalement dans le cadre des villes centres historiques, dont il serait très coûteux et très long de remettre en question une morphologie héritée d'une autre époque. La voie la plus probable - celle qui est défendue notamment dans le rapport Attali - sera celle qui consiste à créer de nouvelles centralités, denses, au sein des zones périurbaines, un peu à l'image de villes nouvelles lancées dans les années 1960. Ce tissu urbain d'un nouveau type appellera probablement un commerce en adéquation, qui pourrait prendre la forme de petits pôles de proximité, couplés à quelques grands centres, le tout dans une perspective multifonctionnelle.

- UN AVANTAGE COMPARATIF POUR LE E-COMMERCE

La mise en avant des enjeux du développement durable pourrait donner un coup d'accélérateur au développement du commerce en ligne. L'étude réalisée par le Cabinet Estia pour le compte de la FEVAD¹⁴ et rendue publique en juin 2009 s'est attachée à comparer l'impact environnemental de l'achat sur Internet par

¹⁴ Fédération du e-commerce et de la vente à distance.

rapport au commerce traditionnel. L'étude, qui porte sur l'analyse d'un échantillon de 5 437 livraisons assurées par ColiPoste ou Kiala, s'efforce de prendre en compte le bilan carbone de la logistique amont (vers le magasin ou l'entrepôt) et de la logistique aval associée à l'acquisition des produits par le client (pour le e-commerce, il s'agit d'une moyenne pondérée entre les trois modalités : livraison à domicile, déplacement à la Poste, déplacement vers un point-relais, déplacement vers un magasin), ainsi que l'impact lié aux emballages et aux connexions informatiques pour ce qui est du e-commerce.

Il ressort de cette étude que l'approvisionnement amont du circuit physique est 2,2 à 2,5 fois moins émetteur de CO₂ que l'acheminement vers les entrepôts de Kiala et ColiPoste. Mais au total, pour un colis standard, le e-commerce permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre par un facteur proche de 4. A l'échelle de l'ensemble des livraisons assurées chaque année par Kiala et ColiPoste, ceci correspond à la quantité de carbone que pour pourrait stocker une superficie de forêt équivalente à 4,5 fois la forêt de Fontainebleau. En outre, le e-commerce permet une division par 4,5 de la consommation de ressources non-renouvelables (soit l'équivalent du besoin de chauffage du département de la Charente Maritime).

Sous réserve de validation de ces données par d'autres études, ces résultats sont susceptibles d'accélérer le déplacement des parts de marché du commerce physique vers le commerce en ligne si le bilan écologique devait devenir une variable significative de l'arbitrage des consommateurs entre les différents circuits de distribution, ou si la réglementation (notamment via la fiscalité) devait produire des incitations à privilégier les formes de consommation les plus vertueuses.

5. VISION DU COMMERCE A 5 ANS

A 5 ans, la dynamique du secteur du commerce sera principalement marquée par l'achèvement de l'entrée dans le régime de croissance intensive. Le contexte conjoncturel, avec en particulier le calendrier et les modalités de la sortie de crise, est susceptible d'affecter à la fois le rythme des évolutions et leurs formes d'expression. La forte incertitude qui règne sur le champ macroéconomique nous dissuade d'intégrer cette composante dans notre vision du commerce à 5 ans.

a) L'ACCELERATION DU PROCESSUS DE SEGMENTATION/DIFFERENCIATION

L'essor de la grande distribution à partir du début des années 1960 a progressivement conduit à un paysage commercial structuré autour de deux pôles principaux : les enseignes de commerce de masse discount, avec l'argument du prix bas comme principal avantage concurrentiel mais très peu différenciées les unes des autres, chacun ciblant un consommateur médian supposé à la recherche des produits de grandes marques au meilleur prix ; le second pôle, beaucoup moins important, était constitué du commerce indépendant isolé ayant survécu à la concurrence de la grande distribution, ainsi que des grands magasins et de certains réseaux de commerce non alimentaire haut de gamme : le fort degré de différenciation proposé par les commerces de ce second pôle se trouvait contrebalancé par un handicap sur le terrain des prix qui les condamnait à se concentrer sur des segments de marché hauts de gamme, éloignés du mass market.

Depuis une quinzaine d'années, les groupes de distribution ont commencé à prendre conscience des effets des mutations sociétales sur les comportements de consommation et les ressorts de l'achat, ainsi que des limites de positionnements stratégiques trop exclusivement centrés sur le prix. Ces derniers, qui avaient fait preuve d'une remarquable efficacité pour s'imposer face au commerce traditionnel, pouvaient devenir contre-productifs alors que le jeu concurrentiel oppose de plus en plus des distributeurs appliquant le même modèle économique. Des stratégies visant à jouer simultanément sur le prix (pour demeurer sur le cœur de marché) et

la différenciation ont commencé à être déployées à la suite d'enseignes telles qu'Ikea, Zara ou Picard. Aujourd'hui, la recherche de la différenciation est sans doute la principale force de restructuration de l'espace stratégique dans la grande distribution. Les leviers de différenciation exploités sont divers : aménagement distinctif du point de vente, assortiment exclusif, services accompagnant la transaction commerciale, image et valeurs associées à l'enseigne... La mise en œuvre d'une logique de segmentation accompagne nécessairement ces stratégies de différenciation : il s'agit moins d'essayer, avec un même concept commercial, de toucher un large public indifférencié que de s'efforcer de capter la préférence et la fidélité d'un segment de marché au moyen d'une adaptation étroite de l'offre à la spécificité de la demande. Élaborer une stratégie de segmentation pertinente dans le contexte de complexité de la stratification sociale contemporaine est une tâche ardue. Les critères de segmentation retenus par les distributeurs sont divers. Au-delà des critères classiques tels que les classes d'âge (couramment employé dans l'équipement de la personne), le niveau de revenu ou la localisation géographique, les distributeurs se fondent de plus en plus sur les styles de vie, les occasions d'achat ou les valeurs. Là encore, l'adoption d'une segmentation pertinente et la capacité à incarner dans un concept commercial crédible sollicitent lourdement les compétences marketing des entreprises de distribution.

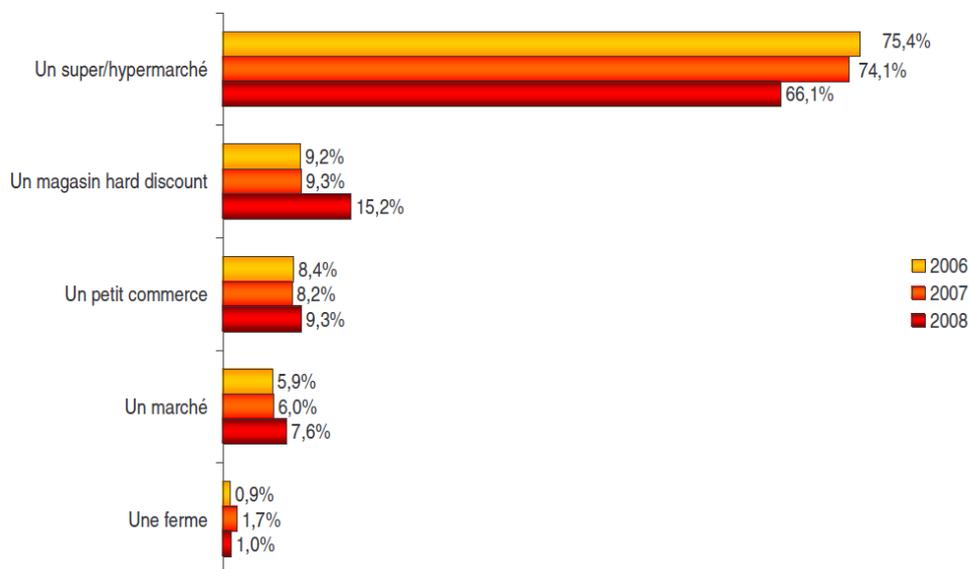
Cet engagement de la grande distribution dans la segmentation/différenciation s'accompagne d'une importante activité d'innovation en matière de concepts commerciaux, même si la dégradation de la conjoncture macroéconomique à partir du début des années 2000 en a quelque peu ralenti le rythme. Pour être en mesure de participer efficacement à cette activité de création de nouveaux concepts, les distributeurs se doivent d'être à l'affût des tendances de la consommation et apprendre à incarner ces tendances dans des formes commerciales pertinentes. Longtemps restée à l'écart du mouvement, la grande distribution alimentaire française s'engage à son tour dans la création de nouveaux concepts segmentants en dépit d'une conjoncture du pouvoir d'achat peu favorable.

La diffusion des stratégies de segmentation/différenciation est sans doute appelée à s'intensifier dans les années à venir, tant les représentations collectives parmi les entreprises du secteur se sont déplacées au cours des dernières années. Il est désormais admis que l'hypermarché – figure emblématique de la distribution fordienne de masse – se trouve confronté à une crise structurelle. De manière plus générale, c'est l'ensemble des formules commerciales « holistiques » - qui s'adressent à l'ensemble des consommateurs sans distinction – qui voient leur territoire progressivement grignoté par les concepts segmentants, qui répondent collectivement avec plus de précision à la diversité des attentes des consommateurs. Les prochaines années mettront ces concepts holistiques (les hypers, bien sûr, mais aussi – même si c'est dans une moindre mesure – les « category killers » nés dans les années 1970 qui traitent en généraliste une large famille de produits), à l'épreuve. Afin de s'opposer à l'évasion de leur clientèle vers des offres plus ciblées, ils auront le choix entre deux grandes options stratégiques. La première, que l'on est tenté d'appeler la stratégie du couteau suisse, consiste à aménager le point de vente, à construire les assortiments, à moduler la politique tarifaire et l'offre de services de manière à ce que différentes catégories de clientèle, bien que fréquentant la même enseigne, trouvent une offre en adéquation avec leurs attentes. En somme, il s'agit de passer du « plaire à tous » au « plaire à chacun ». C'est la voie empruntée depuis déjà quelques années par les grandes surfaces de bricolage (en particulier Leroy Merlin) et dans laquelle semblent vouloir s'engager les hypermarchés. La seconde option stratégique consiste pour chaque enseigne, au sein d'une même formule commerciale, à cultiver sa différence, à accepter le risque de perdre une partie de sa clientèle pour mieux fidéliser celle qui correspond à sa cible. C'est par exemple la voie retenue par Monoprix en matière de distribution alimentaire. Alors qu'aujourd'hui, la formule de l'hypermarché, de la grande surface de bricolage ou (dans une moindre mesure) de matériel de sport rassemble des enseignes très substituables, elle risque demain de recouvrir une diversité de déclinaisons qui pourrait mettre à mal les classifications existantes.

Les conséquences de la crise sur les comportements de consommation semblent accélérer la mise en difficulté des grandes surfaces généralistes, qui combinent les handicaps d'une image déshumanisée et d'être perçues

comme source de tentations difficiles à assumer alors que la contrainte budgétaire se renforce. Les concepts commerciaux « low cost » profitent de ce mouvement, mais aussi – plus étonnant – le petit commerce ainsi que les marchés.

Graphique 4 : « Chez qui vous approvisionnez-vous le plus souvent pour vos achats alimentaires ? En 1^{er} »



Source : Baromètre alimentation 2006, 2007 et 2008, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

b) LE REGAIN D'INTERET POUR LA PROXIMITE

En France, le développement de la grande distribution s'est fait au détriment du commerce urbain en général et du commerce de proximité en particulier. Après près de 40 ans de déclin, un virage est amorcé. Il a débuté il y a une quinzaine d'années avec le renouvellement du tissu commercial d'hypercentre consécutif à l'implantation des réseaux succursalistes, franchisés ou associés, en particulier dans l'équipement de la personne. Il s'est poursuivi par la création de centres commerciaux en cœur de ville. Aujourd'hui, ce sont les groupes de distribution alimentaire qui passent à l'offensive avec le lancement de nouveaux concepts de petites et moyennes surfaces urbaines inscrites dans une logique de dépannage et de solutions repas pour une clientèle ciblée (Monop', U Express, Carrefour City, Chez Jean...). Les statistiques permettant d'étayer ce diagnostic manquent. Une étude récente de l'INSEE¹⁵ illustre cependant le retournement de tendance qui est en cours. Alors qu'entre 1993 et 1999, le nombre d'établissements du commerce de détail reculait de près de 1,5% en moyenne par an, on enregistre entre 1999 et 2007 une augmentation de ce nombre de près de 1% par an. Cette inversion est principalement imputable à des secteurs qui se déploient de manière privilégiée en périphérie : sport et loisirs, quincaillerie/bricolage, supermarché/hypermarché, et illustre la course aux ouvertures qui se joue à l'échelle des grands groupes de distribution sur laquelle nous reviendrons plus bas. Toutefois, il est également perceptible dans le commerce de l'habillement, plus urbain, et le rythme de recul du nombre de points de vente est en diminution sensible dans plusieurs secteurs du commerce de proximité (les primeurs, les supérettes). Le phénomène de redynamisation du commerce de proximité n'est donc pas encore massif. Les résultats de nos propres travaux sur l'évolution de la géographie du commerce en France¹⁶ vont dans le même sens : le commerce dans les villes centres des pôles urbains, qui était structurellement

¹⁵ Solard [2009].

¹⁶ Ranvier et Moati [2008].

destructeur d'emplois, crée des emplois depuis le milieu des années 1990 et gagne des établissements, à un rythme néanmoins insuffisant pour empêcher la poursuite de son recul dans l'emploi total du commerce de détail. La même étude met en évidence la redynamisation du commerce rural qui, après des décennies de dépérissement, renforce (modestement, mais à un rythme qui surpasse la croissance démographique) son poids dans l'appareil commercial national.

Lors de notre participation aux États généraux du commerce organisé par le Conseil du Commerce de France en février 2009, nous avons été frappés par la récurrence du thème de la proximité dans les débats. Une importante évolution est intervenue dans la culture sectorielle de la distribution : le gigantisme, la périphérie, la priorité absolue au prix bas ne sont plus de mise, alors qu'entrent dans les représentations collectives les thématiques de la différenciation, de la proximité et de l'adaptation fine de l'offre aux spécificités des différentes catégories de demandes. Les arguments les plus fréquemment mis en avant pour justifier ce déplacement des représentations sont, d'une part, le constat d'une tendance démographique lourde qui conduit à la réduction de la taille des ménages et fait reculer la logique de massification des achats et, d'autre part, l'anticipation du coût croissant de la mobilité qui aurait commencé de remettre en cause un modèle d'approvisionnement qui suppose un déplacement coûteux vers les points de vente. La proximité serait également portée par la sensibilité accrue des consommateurs aux valeurs associées à l'authenticité, au lien social, à la tradition, ainsi que par leur désimplification croissante vis-à-vis des produits de grande consommation qui les amène à relever l'importance accordée à la praticité dans le choix de leurs lieux d'approvisionnement. Sans remettre en cause la pertinence de ces arguments, on peut soutenir que, de manière plus fondamentale, le regain d'intérêt pour la proximité est une manifestation de l'entrée de la grande distribution dans le régime de croissance intensive : les concepts commerciaux élaborés dans le registre de la proximité permettent de répondre avec plus de précision à la spécificité de certaines demandes et, à ce titre, constituent une opportunité de captation et de fidélisation de segments de clientèle dont les attentes se trouvaient imparfaitement satisfaites par les concepts traditionnels de périphérie.

L'ampleur que prendra ce renouveau du commerce de proximité dépendra notamment de la capacité des enseignes (mais aussi des collectivités locales) à réduire les handicaps dont ce type de commerce souffre traditionnellement face à la concurrence du commerce de périphérie. C'est dans l'alimentaire que la question se pose avec le plus d'acuité. Le différentiel de prix avec les grandes surfaces de périphérie peut être contenu par l'optimisation de la logistique, mais aussi par la mise en avant des MDD dans l'assortiment des points de vente. La logistique aval, c'est-à-dire l'acheminement des produits au domicile du client, est un obstacle important à la fréquentation des consommateurs pratiquant la massification des achats. Elle impose alors une accessibilité automobile et la possibilité d'un stationnement aux abords immédiats du magasin qui font défaut à de nombreux points de vente et se trouvent à contre-courant des tendances en matière d'aménagement de l'espace urbain. La solution réside dans le service de livraison à domicile, que beaucoup d'enseignes proposent d'ores et déjà à leurs clients. La perspective, très proche (en réalité, déjà expérimentée par Casino dans un supermarché parisien), de permettre au client équipé d'une douchette de scanner lui-même les produits déposés dans son caddy, et qui seront livrés plus tard, en dispensant le client de l'étape fastidieuse du passage en caisse, est de nature à stimuler l'usage de ce service. De même, la mutualisation d'un service de livraison à domicile à l'échelle d'un centre-ville ou d'un pôle commercial de quartier est de nature à améliorer l'efficacité de la logistique aval associée à la fréquentation du commerce urbain. Elle impose cependant une forte coordination entre les commerçants et entre les commerçants et les collectivités locales qu'il n'est pas toujours aisé de mettre en œuvre.

L'appareil commercial en milieu urbain devrait également profiter du mouvement de tertiairisation de la consommation, qui s'accompagne du développement du secteur des services dont certains se déploient au travers de réseaux de boutiques et d'agences. Au cours des années récentes, le réseau des agences bancaires et de compagnies d'assurance s'est fortement densifié, alors que l'explosion du marché de la téléphonie mobile suscitait le déploiement rapide d'un nouveau sous-secteur du commerce/services. La vague du

« wellness » a favorisé la multiplication des boutiques spécialisées dans le bronzage, le coaching minceur, les massages... Le soutien apporté par l'État en France au développement du marché des services à la personne a commencé à provoquer des implantations d'agences, généralement situées en milieu urbain et dont on peut anticiper un fort développement au cours des 5 prochaines années. Les pôles commerciaux urbains (mais aussi certains centres commerciaux de périphérie) sont ainsi appelés à affirmer une mixité commerce/services croissante, allant de pair avec la poussée de l'offre de services par les enseignes du commerce, et conduisant au final à une remise en question de plus en plus franche de la pertinence de la distinction entre commerce et services, telle qu'elle est encore en vigueur dans les statistiques publiques.

c) LA MODERNISATION DU COMMERCE DE PERIPHERIE

La redynamisation du commerce urbain est donc appelée à s'intensifier dans les prochaines années. Il s'agit cependant plus de l'inflexion d'une tendance de long terme que d'une révolution, dans la mesure où le transfert de part de marché devrait demeurer modeste. A 5 ans, il n'y a pas lieu d'anticiper une transformation profonde de la géographie résidentielle, ni (mais c'est moins sûr¹⁷) des pratiques de mobilité des consommateurs vers le commerce. Le commerce de périphérie restera donc le lieu privilégié d'expression du commerce en grandes surfaces et d'implantation des centres commerciaux. Le rythme de développement du commerce de périphérie dépendra fondamentalement de l'évolution de la conjoncture macroéconomique qui conditionne à la fois l'évolution de la consommation commercialisable et le montant des disponibilités susceptibles d'être s'engagées dans le financement de l'immobilier commercial. La contrainte que constitue la capacité de financement sur le rythme d'expansion de l'appareil commercial de périphérie est d'autant plus aigüe qu'une part importante de cet appareil a vieilli et exige aujourd'hui que l'on investisse dans sa modernisation.

Si l'on se situe dans la perspective, la plus probable, d'un lent retour à la croissance, on peut anticiper l'accélération de la restructuration de l'appareil commercial de périphérie autour des axes suivants :

- Le développement des « retail parks », pôles de moyennes et grandes surfaces mutualisant des infrastructures et obéissant à une logique architecturale et commerciale d'ensemble. Ces retail parks ont vocation à supplanter progressivement les zones commerciales d'entrée de ville créées de manière anarchique au cours des décennies précédentes. Au moyen d'une architecture de qualité, ces retail parks, qui s'apparentent à des galeries marchandes à ciel ouvert et s'efforcent de recréer l'immatériel de la rue commerçante, sont susceptibles de renouveler l'intérêt des consommateurs pour le commerce de périphérie et de convaincre les élus de délivrer les autorisations d'ouverture.

- La création de petits centres commerciaux à vocation de proximité aux abords des petites villes ou des bourgs ruraux.

- A l'inverse, il est peu probable que le parc de grands centres commerciaux régionaux s'étende encore dans les prochaines années.

- L'expérimentation de centres commerciaux thématiques, à l'image des centres de magasins de marques ou des centres consacrés à l'univers de la maison. La recherche d'un mix commerces/loisirs – qui s'est révélée jusqu'ici peu convaincante – pourrait se trouver relancée par le souci des gestionnaires de centres commerciaux de renforcer le caractère expérientiel de leurs sites, en réaction notamment à la concurrence croissante de l'achat en ligne. Des projets d'ouverture de pôles commerciaux dédiés à la « maison durable » sont d'ores et déjà annoncés.

¹⁷ La croissance de la circulation des voitures particulières en France a connu un important ralentissement au début des années 2000. Elle a reculé pour la première fois depuis 1974 en 2005.

d) LE COMMERCE EN LIGNE

L'idée selon laquelle le commerce en ligne constitue un véritable circuit de distribution dont l'emprise sur les achats des ménages ira croissant est désormais acquise au sein du microcosme sectoriel. L'offensive généralisée des grandes enseignes du commerce en magasin dans le e-commerce, engagée il y a deux ou trois ans, en est une manifestation frappante. Plus généralement, l'offre marchande en ligne connaît un développement spectaculaire qui contribue au dynamisme du marché. Selon le recensement effectué par la Fédération de la vente à distance, près de 52 000 sites marchands étaient actifs au premier trimestre 2009 à partir de la France, soit une progression de 32% en un an, qui s'inscrit dans la poursuite d'une tendance observée déjà depuis plusieurs années. La part de marché du e-commerce est donc logiquement inscrite dans une tendance à la hausse. En 2008, elle atteignait jusqu'à 9,2% pour les produits techniques (6,6% en 2006). Elle s'élève à 4,7% pour les vêtements (2,3% en 2006), produits pourtant qualifiés « d'implicites » et dont on suppose qu'ils exigent un rapport physique. L'alimentaire est, avec l'automobile, le secteur qui affiche le plus faible taux de pénétration de l'achat en ligne. Selon le baromètre FEVAD-Médiamétrie//NetRatings, en mai 2009, seulement 11% des internautes français déclaraient avoir réalisé des achats alimentaires en ligne au cours des 6 derniers mois (contre 10% deux ans plus tôt). La situation pourrait toutefois être rapidement évolutive. Les réserves qui amenaient nombre d'acteurs et d'observateurs à considérer que l'alimentaire resterait en marge du développement du e-commerce¹⁸ sont en train de tomber. Les très bonnes performances à l'étranger de sites comme Tesco ou FreshDirect ont contribué à un changement d'attitude des distributeurs alimentaires à l'égard du commerce en ligne. Au cours des derniers mois, les initiatives de plusieurs grands groupes témoignent d'un retournement des anticipations : à peu de temps d'intervalle, Franprix, Intermarché, Leclerc, Casino et Monoprix ont lancé leurs cybermarchés.

Tableau 3 :

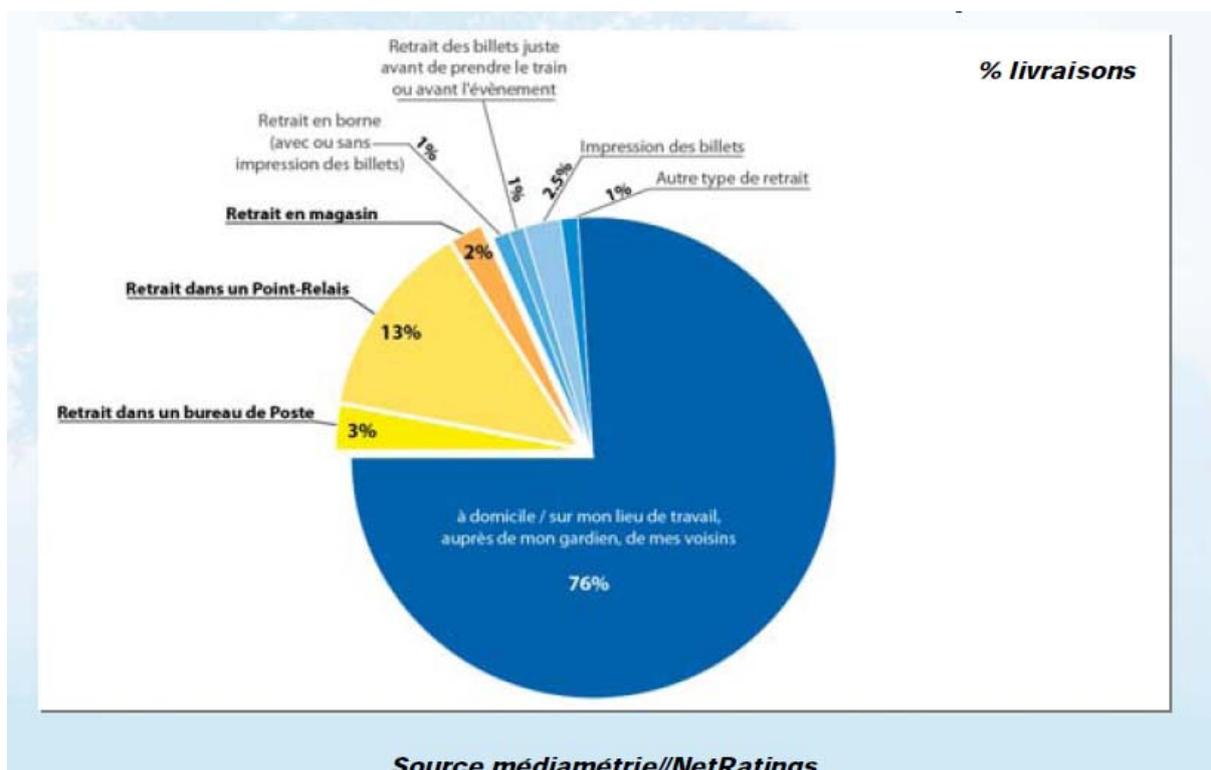
LES PRODUITS/SERVICES ACHETÉS EN LIGNE (AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS)	EN % DES INTERNAUTES
Produits techniques	52
Voyage / Tourisme	51
Services*	47
Habillement et accessoires	46
Homme / Femme / Enfant	46
Produits culturels	46
Maison	25
Hygiène / Beauté / Santé	24
Finance / Assurance	20
Jeux et jouets	18
Alimentation	11
Voitures	3

Source : Baromètre Fevad – Médiamétrie//NetRatings mai 2009
* : billetterie, développement photos, téléchargement, abonnements presse...

¹⁸ En raison, en particulier, d'un désavantage de coût dont souffrirait le e-commerce face à la vente en magasin du fait d'un surcoût logistique.

A ce jour, la livraison des commandes au domicile du client (ou, plus rarement, sur son lieu de travail) demeure le mode de réception le plus courant (près de 3 livraisons sur 4 selon une récente enquête Mediamétrie//NetRatings). Pourtant, d'autres modes de livraison sont en développement. 47% des acheteurs à distance ont recours aux points-relais, même s'ils ne représentent encore que 13% des livraisons. Lancé en Belgique en 2001, Kiala est le premier réseau de points-relais en France. Il livre dans un grand nombre de commerces de proximité les colis de 36 acteurs majeurs du e-commerce et de la vente par correspondance traditionnelle. La capillarité du réseau assure à une large fraction de la population qu'un ou plusieurs points-relais se trouvent à proximité du domicile, du lieu de travail ou sur un itinéraire de mobilité. Le modèle du point-relais dispense le client de devoir réceptionner son colis à domicile ou se rendre dans son bureau de Poste pour retirer un colis en instance. Dans le même esprit, La Poste expérimente l'implantation de consignes automatiques, implantées au cœur de hubs de mobilité, où les clients peuvent prendre possession de leur colis. Dans l'alimentaire, la formule du « drive in », testé par Auchan depuis une dizaine d'années, connaît depuis peu un déploiement accéléré (outre la multiplication des AuchanDrive et ChronoDrive, mentionnons les initiatives de Leclerc ainsi que celles, encore au stade expérimental, de Système U et Intermarché). Rappelons que la formule consiste pour le consommateur à venir prendre possession des courses commandées sur Internet (ou sur une borne sur place), en voiture, sur un parking de grande surface ou, notamment afin de limiter le risque de cannibalisation des ventes en magasin, sur un site dédié, dont la localisation a été étudiée afin de s'inscrire dans la mobilité pendulaire d'un grand nombre de clients potentiels.

Graphique 5 : Les modes de livraison des commandes passées en ligne



Graphique 6 :



Il y a tout lieu de penser que l'essor du e-commerce devrait se poursuivre à un rythme soutenu au cours des prochaines années, conduisant à un accroissement significatif de son emprise sur les ventes au détail. Plusieurs facteurs vont se combiner pour produire ce résultat :

- la poursuite de l'augmentation du nombre des internautes ;
- la poursuite de l'augmentation de la proportion de cyberacheteurs parmi les internautes ;
- la poursuite de l'augmentation du montant acheté en ligne par chaque cyberacheteur, à la fois par effet d'habitude et en raison de l'enrichissement de l'offre, en quantité et en diversité de modes d'approche de la relation commerciale ;
- le développement du e-commerce sur téléphone mobile ;
- l'influence croissante des problématiques de développement durable, qui devrait bénéficier au e-commerce (voir plus haut).

Pour autant, il est désormais tout aussi admis que le commerce en ligne ne fera pas disparaître le commerce en magasin. Il s'inscrit en complémentarité de ce dernier. Le modèle « click and mortar » - c'est-à-dire la présence des enseignes à la fois sur le net et dans le monde physique – est actuellement perçu comme le modèle d'avenir, ce qui s'illustre par la quasi-généralisation de l'engagement des enseignes de la distribution physique dans la vente en ligne mais aussi, même si c'est encore de manière mesurée, par l'ouverture de points de vente par un certain nombre de « pure players » du commerce électronique (Pixmania, GrosBill, C-discount...). Cette complémentarité s'établit en particulier à l'intérieur de la séquence recherche d'information-achat. Selon le baromètre FEVAD – Médiamétrie//NetRatings, en mai 2009, 78% des internautes français déclaraient avoir consulté un site internet avant d'acheter un produit, que ce soit sur Internet ou en magasin.

La dynamique de fragmentation de l'espace stratégique qui accompagne l'entrée de la distribution dans le régime de croissance intensive renforce l'idée d'une coexistence des différents canaux de distribution, en

particulier lorsqu'ils présentent des caractéristiques distinctives très marquées offrant aux consommateurs un élargissement de la palette des modes d'accès aux biens et aux services. Il n'en demeure pas moins que la vitalité de la croissance des ventes en ligne se traduit mécaniquement par un transfert de parts de marché au détriment du commerce en magasin. En période de mauvaise conjoncture et d'atonie de la consommation des ménages, cette dynamique peut jouer à la baisse sur l'activité des points de vente. Les effets à 5 ans du développement du commerce électronique devraient être très inégaux selon les secteurs : probablement encore modeste dans l'alimentaire, le e-commerce viendra aggraver les effets de la saturation du marché dans l'équipement de la personne, et pourra avoir des effets négatifs significatifs dans le champ des produits culturels, du high-tech et, plus généralement, de l'équipement électrodomestique des ménages. Plus spécifiquement, la numérisation d'un certain nombre de contenus (musique, vidéo, livres, presse, jeux...) a commencé à provoquer un basculement brutal des ventes des magasins vers le net (généralement à l'occasion de ruptures au plan des modèles économiques). Le mouvement devrait s'amplifier durant les 5 prochaines années, faisant peser une menace forte sur les secteurs du commerce directement touchés (les librairies, les vidéo clubs, les marchands de journaux...). Au total, cette redistribution des ventes entre canaux devrait exercer un impact visible sur l'évolution du parc de magasins, *a minima* en limitant la croissance, plus vraisemblablement en favorisant sa contraction.

D'un point de vue plus qualitatif, le développement du e-commerce conduit déjà et conduira plus encore dans l'avenir à une réflexion sur l'évolution du magasin (et du centre commercial), sa localisation, sa morphologie, son assortiment, ses missions... S'éloignant de plus en plus d'une approche strictement fonctionnelle de réceptacle de marchandises, le point de vente est appelé à développer sa vocation « expérientielle » et servicielle, en complémentarité avec les fonctionnalités offertes par les sites internet. Cette évolution de la conception du magasin et du centre commercial aura très certainement des implications sur sa localisation.

Au final, on peut avancer que les prochaines années verront l'achèvement du processus de passage de la grande distribution « d'une distribution de masse à un commerce de précision » (Jean-Charles Naouri, Président du groupe Casino), au terme duquel le paysage commercial sera marqué par la diversité de concepts, de formats et des localisations. Le secteur du commerce aura alors définitivement tourné la page du régime de croissance extensive pour entrer de plain pied dans le régime de croissance intensive.

6. VISION DU COMMERCE A 15 ANS

a) LE DEVELOPPEMENT DES NOUVEAUX LIEUX DE COMMERCE

La manière dont le commerce s'inscrit dans l'espace dépend à la fois de la conception que les entreprises du secteur ont de leur métier et de leur mission à un moment donné, et des modes de pensée qui dominent en matière d'urbanisme. De ce point de vue, l'appareil commercial d'aujourd'hui est encore très fortement marqué par la précédente révolution commerciale. L'archétype de l'appareil commercial issu de cette précédente révolution est retranché dans un espace cloisonné, un non-lieu totalement dédié au commerce et à la consommation, où domine la dimension utilitaire de mise à disposition standardisée de biens eux-mêmes standardisés. La localisation obéit à une logique de minimisation des coûts et d'optimisation de l'accessibilité en voiture. Le *prima* est accordé à la marchandise ; le client reste au second plan. L'aménagement de l'espace, l'architecture extérieure et intérieure des équipements commerciaux sont profondément imprégnés du rationalisme associé à la culture moderne. Plus généralement, la prégnance d'une conception rationaliste de l'usage du sol conduit à un urbanisme fondé sur la spécialisation des espaces : les quartiers résidentiels se séparent des quartiers d'affaires et des zones d'activités économiques ; le commerce se concentre au sein de

centres commerciaux et de parcs d'activités commerciales. Les mutations en cours, le changement de régime de croissance au sein du secteur du commerce comme l'évolution de la pensée en matière d'aménagement et d'urbanisme, ont commencé à faire évoluer la nature des relations du commerce à l'espace et aux territoires, et les tendances en la matière sont appelées à s'affirmer davantage dans l'avenir.

On assiste progressivement à la relativisation de l'idée de concentration de l'activité commerciale au sein d'espaces dédiés, au profit d'une plus grande mixité fonctionnelle. Cette évolution emprunte trois voies complémentaires :

- L'intégration d'éléments non commerciaux au sein des pôles commerciaux : services récréatifs, services non marchands (culturels, associatifs), services publics, construction de logements en surplomb de centres commerciaux... L'adjonction de ces éléments non marchands peut viser à la fois à multiplier les occasions de fréquentation du pôle, à susciter l'audience d'un public correspond à sa cible commerciale...
- La réintégration d'éléments commerciaux au sein de zones dominées par une autre fonctionnalité : quartier d'affaires, zone touristique, lieu de transit (gares, aéroports...), abord d'un établissement non marchand drainant un public au profil spécifique suscitant l'intérêt d'enseignes jouant la segmentation/différenciation (établissement culturel ou sportif, hôpital, université...).
- L'aménagement d'espaces multifonctionnels, mêlant habitations, bureaux, commerces, établissements d'enseignement... L'aménagement de la zone Paris Rive Gauche, aux abords de la Bibliothèque François Mitterrand, est exemplaire de ce type de démarche.

L'anticipation de l'évolution des pratiques de mobilité, associée aux perspectives d'un pétrole cher et de la lutte contre le réchauffement climatique, a déjà commencé et permet d'envisager la localisation du commerce sur la base d'une mobilité douce. Comme on l'a vu plus haut, la géographie du commerce dans l'avenir sera très certainement marquée par le souci de rapprocher l'offre et la demande sur le plan spatial, ce qui conduira à l'approfondissement du processus de déconcentration de l'appareil commercial et au développement de nouveaux lieux de commerce.

De manière générale, le territoire d'implantation du commerce est appelé de plus en plus fréquemment à perdre sa vocation de simple réceptacle dont la qualité s'appréhende uniquement en termes de coût, d'accessibilité et des quantités de consommateurs composant la zone de chalandise. Dans le régime de croissance intensive, le territoire d'implantation du commerce jouera un rôle important dans l'ajustement qualitatif entre une offre différenciée et une demande fragmentée, en favorisant la rencontre physique entre le concept commercial et sa cible. Notons que cette évolution appelle et appellera la sophistication croissante des méthodes de géomarketing.

b) LE RISQUE DE FRICHES

Au cours des dernières décennies, le secteur du commerce de détail a connu un processus de concentration à la fois économique et financière (moins d'établissements mais des établissements d'une taille moyenne en croissance, moins d'entreprises commerciales mais des groupes de plus en plus puissants). Parallèlement, l'appareil commercial n'a cessé de se développer. Ce déploiement s'est opéré à la fois par densification des pôles commerciaux existants et par la création de nouvelles polarités commerciales accompagnant (souvent même en les anticipant) les évolutions démographiques. Il s'est nourri de la disparition de certains pôles commerciaux urbains de proximité (commerces de quartier) ainsi que du dépérissement des petits pôles ruraux.

Plusieurs arguments incitent à envisager que des restructurations lourdes de l'appareil commercial sont susceptibles d'intervenir à moyen et long terme, faisant courir le risque du développement de friches commerciales d'envergure.

Les grandes entreprises de la distribution ont vécu pour la plupart une longue période de croissance très rapide, durant laquelle le développement de leur réseau s'appuyait sur l'éviction du petit commerce indépendant traditionnel. Ce processus est achevé dans la plupart des sous-secteurs du commerce, ce qui confronte les entreprises à la saturation de leur potentiel de croissance, tout au moins au plan national. Poursuivre l'expansion du réseau devient de plus en plus problématique : les enseignes se voient contraintes de s'implanter soit à proximité de concurrents, ce qui renforce l'intensité de la concurrence et nuit aux performances commerciales et financières, soit sur des territoires à moindre potentiel commercial. Le problème se trouve renforcé par l'entrée du secteur du commerce dans la mondialisation qui conduit des groupes de distribution étrangers à vouloir créer leur réseau, généralement soumis à la nécessité d'atteindre la taille minimale optimale permettant la maîtrise des coûts. Il en découle une course aux ouvertures pour tenter de préempter les derniers emplacements prometteurs avant les concurrents. La soif d'expansion des enseignes rencontre la volonté de développement des acteurs de l'immobilier commercial.

L'immobilier commercial est une activité rentable, jusqu'ici très peu risquée, offrant une remarquable visibilité sur les résultats à moyen terme. Les velléités d'expansion des promoteurs et des foncières rencontrent, à leur tour, le souhait de nombreux élus de permettre à leurs administrés d'accéder à une offre commerciale à la fois dense et de qualité, et de profiter par la même occasion de la capacité contributive des entreprises commerciales. Tout cela forme système et joue depuis plusieurs années en faveur d'une croissance rapide de l'appareil commercial, en dépit d'une réglementation en matière d'urbanisme commercial supposée contrôler la production de m² commerciaux. Cette croissance est perceptible au niveau global par l'inversion de tendance concernant l'évolution du nombre d'établissements du commerce de détail, mise en évidence par l'étude de l'INSEE évoquée plus haut.

Nos propres travaux, menés à partir des statistiques d'emploi, montrent que, entre 1995 et 2005, le volume d'emploi commercial par habitant s'est accru plus rapidement que le volume de la consommation commercialisable par habitant (respectivement +19,8% et +14%). Le risque de développement de surcapacités est patent. Les responsables du PROCOS (fédération des enseignes du commerce spécialisé) tirent régulièrement sur le signal d'alarme concernant le rythme élevé d'annonces de projets commerciaux. Le risque est d'autant plus important, en France, que le gouvernement, soucieux de renforcer la concurrence, a procédé à une certaine libéralisation de la réglementation sur l'urbanisme commercial dans le cadre de la Loi de modernisation de l'économie de 2008, qui ne devrait être qu'une étape vers une plus grande libéralisation (voir le rapport Charrié).

Enfin, rappelons que le commerce en magasin aura à affronter la concurrence de plus en plus virulente du commerce en ligne, qui risque de creuser l'écart entre la dynamique de l'activité et le niveau des capacités. La crise a temporairement freiné la soif de croissance des acteurs : les enseignes font face au ralentissement de la demande finale et les acteurs de l'immobilier à la difficulté de mobiliser des capitaux. On voit mal ce qui empêchera, une fois la reprise venue, que la course aux ouvertures reprenne de plus belle.

Tableau 4 : Évolution du nombre de projets commerciaux(1) en Europe

	2008		2007	2006	2005	2004	2002
	Nbre projets	M² Gla					
France	625	8.221.640	543	410	400	288	223
Espagne	181	6.090.192	186	164	170	228	138
Pologne	230	5.052.287	175	134	99	113	136
Italie	209	3.762.801	179	185	161	131	85
Roumanie	95	3.180.399	53	30	27	18	10
Allemagne	122	2.685.600	76	73	68	74	119
Hongrie	65	1.577.700	58	39	40	27	46
Portugal	49	1.539.273	42	39	34	33	38
Belgique	65	1.243.850	58	58	51	31	30
Tchéquie	75	1.132.384	65	48	44	48	42
Slovaquie	42	772.055	34	12	14	13	13
Grèce	23	640.299	18	13	11	14	12
Autriche	29	625.600	26	31	9	9	12
Suisse	33	528.725	27	26	23	26	27
Total	1.843	37.052.805	1.540				
Russie	285	10.310.345	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Ukraine	59	2.021.309	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Bulgarie	44	1.286.665	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Chypre	1	28.000	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc

Source : Eurlia/ Eurlia Espagne & Portugal (en partenariat avec Retail&Trade)/ Procos

- (1) Sont recensés ici tous les projets commerciaux en développement (galeries d'hypermarché, parcs d'activités commerciales, extensions d'opérations existantes, magasins d'usine, galeries de gare et d'aéroport...), totalisant une surface GLA d'au moins 4000 m² et incluant un minimum de 4 points de vente. Il s'agit uniquement de projets, recensés à la date de leur annonce, et non de la date d'ouverture de ces projets.

Le risque d'apparition de friches se trouve renforcé par l'évolution des fondements de la géographie du commerce qui, comme on vient de le voir, devrait susciter l'émergence de nouveaux lieux de commerce. Les pôles commerciaux de périphérie les moins compétitifs (en termes de localisation, de qualité des enseignes, de mise à niveau sur les plans architectural et serviciel eu égard à l'évolution des attentes des consommateurs...) devraient être les premières victimes. Rappelons par ailleurs que les hypermarchés doivent relever un défi délicat. La surface totale dévolue à ce format est très certainement appelée à se contracter (tout au moins dans les pays où il est le plus présent). Au sein des pôles commerciaux les plus compétitifs, les surfaces libérées seront re-commercialisées auprès d'autres types de commerces. Ailleurs, ils contribueront au développement de friches commerciales que les collectivités locales devront alors apprendre à traiter.

c) LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE SERVICIELLE

La tertiarisation de la consommation constitue un défi de long terme adressé au commerce. Tant que ce dernier continuera de se vivre comme une activité consistant dans l'achat de biens pour la revente, il subira le mouvement de recul de la part de la consommation commercialisable dans la dépense des ménages. Les

distributeurs, on l'a vu, vont donc être fortement incités à intensifier leurs efforts pour prendre pied sur le terrain des services. Dépasser la faible emprise qu'ils exercent aujourd'hui sur les marchés des services leur imposera une révision en profondeur de leur approche de ces marchés, des méthodes commerciales, de la professionnalisation du personnel de vente...

Mais plus encore que la vente de services aux côtés de la vente de biens, le secteur du commerce aura à entrer de plain-pied dans l'économie *du service*, ce caractère fondamental du capitalisme contemporain dont il a été question plus haut. La position critique qu'occupe le commerce dans le système économique – à l'interface de la production et de la consommation - lui confère *a priori* un rôle stratégique dans cette économie tirée par l'aval. Les entreprises du commerce pourraient ainsi être appelées à jouer un rôle majeur dans l'émergence possible de ce que l'on est tenté d'appeler une *économie de l'usage* ou une *économie des effets utiles*, dont on décèle les premières manifestations et dont le développement pourrait se trouver accéléré par la crise économique et surtout par l'urgence des réponses à apporter à l'impératif écologique.

La nature de la mutation en perspective s'exprime très simplement en anglais à travers l'opposition entre « output » et « outcome ». Il s'agit de passer d'une économie qui fait de la fabrication de produits (des outputs) une fin en soi, à une économie tendue vers la production d'effets utiles (des outcomes). Bien sûr, les produits ont toujours eu pour justification les effets utiles attendus pour les utilisateurs. Mais faire des effets utiles un point de départ et non un point d'arrivée revient à inverser totalement le mode de fonctionnement de l'économie : alors que l'économie industrielle fonctionnait de l'amont vers l'aval, de la matière première vers le produit puis vers le client, une économie centrée sur les effets utiles fonctionnerait en partant des clients pour remonter vers l'amont. L'objectif ne se réduirait plus au simple écoulement des produits, mais consisterait dans l'apport de solutions pertinentes et intégrées à des « problèmes » que rencontrent les clients (ce qui implique généralement de construire des bouquets de biens et services fonctionnellement complémentaires). Les marchés de produits s'effaceraient devant les marchés de solutions ; l'économie affirmerait alors une nature profondément servicielle, non point seulement parce qu'elle produirait davantage de services, mais parce qu'elle s'attacherait à « rendre service ».

Par exemple, il ne s'agirait plus de vendre des voitures mais d'assurer la mobilité, de délivrer des soins mais d'assurer la santé, de vendre des chaudières et du gaz mais d'apporter le confort domestique... Le passage du produit aux effets utiles constitue une voie de réconciliation des logiques économiques et environnementales par la promotion de la qualité en lieu et place de la quantité. Dans les formes les plus abouties de cette économie de l'usage (ce qu'il est désormais convenu d'appeler *l'économie de fonctionnalité*), la relation marchande porte directement sur l'apport d'une solution et la production d'effets utiles, si bien que les moyens nécessaires à cet apport, à cette production, restent la propriété du prestataire, comme dans le cas de Velib'. Il est aisé de montrer que dans un tel système la rentabilité du prestataire est directement liée au zèle qu'il met à économiser les ressources, à maximiser la durée de vie des équipements, à en optimiser la maintenance et le recyclage... là où, dans l'économie du produit, il était incité à réduire la durée de vie (physique ou marketing) du produit pour en accélérer le renouvellement.

Comme signalé plus haut, si les marchés de solutions se sont déjà largement imposés dans le BtoB, leur pénétration dans le BtoC est encore modeste. A ce jour, le secteur du commerce (en France tout au moins) est encore très peu engagé dans cette voie, très attaché qu'il est au modèle de ses origines qui l'amène à se penser comme *distributeur* des produits issus de l'industrie vers les consommateurs. Depuis une quinzaine d'années, on observe toutefois la création de nouvelles enseignes dont l'assortiment traverse les frontières établies des sous-secteurs du commerce. Alors que l'assortiment des points de vente est généralement dicté par des logiques d'homogénéité des filières d'approvisionnement (qu'il suffise d'observer l'agencement de l'offre dans les rayons alimentaires des grandes surfaces), ces enseignes ont fait le pari de rassembler des produits hétérogènes sur le plan des filières d'approvisionnement – et donc, généralement vendus dans des sous-secteurs différents du commerce– en raison de leur complémentarité fonctionnelle ou symbolique aux yeux des clients. Les grandes surfaces de bricolage constituent un exemple – déjà ancien – de l'application de cette

logique de « bouquets ». Plus proches de nous, on la trouve à la base des concepts commerciaux développés par des enseignes telles que Nature et Découvertes ou Alice Délice. Le succès de ces nouveaux concepts – dont la définition de l'assortiment est donc résolument « orientée client » - se révèle pour l'instant mitigé et l'activité d'innovation dans cette veine s'est sensiblement réduite depuis la vague de la fin des années 1990¹⁹. De surcroît, ces concepts, s'ils sont en rupture pour ce qui est de la logique qui préside à l'élaboration de l'assortiment, restent centrés sur une approche commerciale traditionnelle : l'essentiel de leur chiffre d'affaires se fait au travers de la vente de produits. L'entrée du commerce dans l'économie des effets utiles, suppose que la relation entre les enseignes et les clients ne se limite plus au seul moment de la transaction, mais qu'elle s'étende et s'épaississe : diagnostic de la nature du besoin, élaboration de la solution, mise en œuvre des dispositifs apportant la solution et produisant les effets utiles, monitoring des usages et ajustement de la solution... Le commerce d'équipement du foyer – au travers d'enseignes innovantes comme Ikea, Leroy Merlin ou Lapeyre – est en train d'avancer dans cette direction.

Si le pronostic d'entrée dans une économie des effets utiles est correct, alors il y a urgence pour les entreprises du commerce à amorcer un virage qui sera nécessairement long et douloureux. En effet, les marchés de solutions remettent en question les frontières établies des marchés de produits. L'arène concurrentielle se complexifie et de nouvelles concurrences émergent. Par exemple, les produits d'assurance automobile, vendus jusque-là pour l'essentiel par des assureurs, entrent progressivement dans le bouquet d'un nombre croissant d'acteurs : les constructeurs automobiles, les banquiers, les enseignes de la grande distribution...

Un commerce résolument serviciel, participant activement à l'élaboration d'une économie des effets utiles, s'écarterait très sensiblement des formes dominantes qu'on lui connaît aujourd'hui, en particulier au plan de la gestion des ressources humaines. Les conséquences seraient sans doute également majeures sur le plan des implantations. Un commerce serviciel entretient nécessairement des relations beaucoup plus étroites avec ses clients, ce qui suppose de développer la proximité. La recherche de cette proximité, qui ne doit pas s'entendre simplement sur le plan physique, incitera les distributeurs à rechercher, bien plus encore qu'aujourd'hui, une certaine ubiquité leur permettant d'être aux côtés de leurs clients, en tout lieu et à tout moment, dès lors qu'une interaction est nécessaire pour apporter la solution promise. Cette ubiquité sera obtenue par un usage intensif des nouvelles technologies de l'information et de la communication – dont les développements futurs devraient être source de perspectives très prometteuses en la matière. Elle sera probablement également recherchée par la déclinaison des implantations physiques, sur des formats et des localisations différentes, de manière à maximiser la pertinence de la réponse à la spécificité des besoins en fonction des circonstances. Il y a là une raison supplémentaire d'anticiper pour l'avenir une diversité croissante des formes d'implantation commerciale, de leur localisation, couplée à une mixité fonctionnelle accrue.

CONCLUSION

Les logiques qui président aux implantations commerciales et la géographie du commerce qui en découle sont dans une large mesure le reflet des particularités du régime de croissance qui caractérise le secteur du commerce à un moment donné de son histoire. La période qui s'étend grossièrement des années 1960 à la fin des années 1990 a ainsi été marquée par la révolution commerciale qui a conduit à la domination de la grande distribution (dans la diversité de ses formes). L'appareil commercial a alors connu un processus de concentration, consistant à la fois dans la réduction du nombre des points de vente (et, plus encore, celle du

¹⁹ Moati, Meublât, David [2006], « Les nouveaux concepts commerciaux en 2006 : progression de l'orientation client et montée du modèle "click and mortar" », *Cahier de Recherche*, n° 223, CRÉDOC, 71 p.

nombre de centres de décision), l'augmentation de leur taille, leur agglomération au sein de pôles commerciaux implantés selon une logique centrifuge aux franges - régulièrement repoussées - de l'espace urbain.

Les mutations du système économique et social, couplées à la saturation du potentiel de croissance des groupes de distribution, ont provoqué l'entrée en crise du régime de croissance issu de la précédente révolution commerciale. Une nouvelle révolution s'est engagée au cours des années 1990, qui conduit à l'émergence d'un nouveau régime de croissance. Ce régime de croissance « intensive » remet progressivement le secteur du commerce en phase avec un capitalisme post-fordien, fondé sur la connaissance et serviciel, et une société devenue hyper- ou post-moderne. Par la mise en œuvre de méthodes de plus en plus sophistiquées, les entreprises de distribution adoptent progressivement une « orientation client » qui les amène à reconnaître l'hétérogénéité croissante des attentes des consommateurs, ainsi que la force de leurs ressorts immatériels. Alors que le marketing de la grande distribution, totalement focalisé sur la mise en avant du prix bas, brillait par son indigence, les enseignes sont de plus en plus nombreuses à adopter des stratégies de segmentation/différenciation, consistant à tenter d'exploiter chaque poche de marché à partir d'un concept commercial dédié. Un commerce de précision est en train de succéder à la distribution de masse. A ce nouveau régime de croissance sont associées de nouvelles logiques d'implantation : la localisation du point de vente ne doit plus seulement assurer une forte accessibilité au meilleur coût ; elle doit aussi aider à aller à la rencontre de la cible recherchée, soutenir l'axe de différenciation retenu par l'enseigne, autoriser la fourniture du type de service commercial fondateur de l'identité de l'enseigne. L'appareil commercial se déconcentre : le nombre de points de vente est désormais orienté à la hausse ; les performances des très grandes surfaces et des très grands centres commerciaux se dégradent et les nouveaux concepts commerciaux se déploient généralement sur des formats moyens. La croissance de l'appareil commercial dans l'espace est inversement proportionnelle à la densité commerciale. Le commerce revient dans les centres villes et dans les zones rurales. De nouveaux lieux de commerce émergent.

Pour autant, le paysage commercial n'est sans doute pas stabilisé et de nouvelles ruptures sont susceptibles d'intervenir à moyen et long terme. La première réside dans le risque de voir apparaître des surcapacités provoquées à la fois par l'appétit de croissance des acteurs du secteur et par la concurrence croissante du commerce électronique. La seconde, sans doute plus lointaine, est liée à la perspective d'une nouvelle révolution commerciale qui consistera dans l'entrée de plain-pied du commerce dans l'économie servicielle. Elle conduira à une remise en question en profondeur de la vocation du point de vente - qui pourrait d'ailleurs s'apparenter de plus en plus à une agence - qui conduira nécessairement à l'émergence de nouvelles logiques d'implantation.

BIBLIOGRAPHIE

ASCHER [2005], *La société hypermoderne. Ces événements nous dépassent, feignons d'en être les organisateurs* », Editions de l'Aube, La Tour d'Aigues.

BACCAÏNI B. [2005], "Enquêtes annuelles de recensement : résultats de la collecte 2004. Des changements de région plus fréquents qui bénéficient aux régions du sud et de l'ouest", *INSEE Première*, n° 1028, juillet.

BACCAÏNI B., SEMECURBE F. [2009], "La croissance périurbaine depuis 45 ans. Extension et densification", *INSEE Première*, n° 1240, juin.

BIPE [2007], *Le pouvoir d'achat effectif du consommateur : méthodologie*, mai. Disponible sur <http://www.mon-pouvoir-dachat.com/pdf/pouvoir-achat-effectif.pdf>.

- BODIER M. [1999], "Les effets d'âge et de génération sur le niveau et la structure de la consommation", *Economie et Statistique*, n° 324-325, pp. 163-180.
- CORCOS A., MOATI P. [2008], La perception du pris juste par les Français, *Cahier de Recherche*, CRÉDOC, n° C253, décembre.
- DUBET F. [2009], *Le travail des sociétés*, Le Seuil, Paris.
- GALLOUJ C. [2007], *Innover dans la grande distribution*, De Boeck.
- JACQUOT A. [2006], "Des ménages toujours plus petits", *INSEE Première*, n°1106, octobre.
- LEON O., GODEFROY P. [2006], "Les échanges de population entre zones d'emploi. Six profils types", *INSEE Première*, n° 1074, mai.
- LEVY M., GREWAL D., PETERSON R.A., CONNOLLY B., [2005], "The Concept of the "Big Middle"", *Journal of Retailing*, vol. 81, pp. 83-88.
- MOATI P. [2001], *L'avenir de la grande distribution*, Odile Jacob, Paris.
- MOATI P., MEUBLAT O., DAVID X. [2006], « Les nouveaux concepts commerciaux en 2006 : progression de l'orientation client et montée du modèle "click and mortar" », *Cahier de Recherche*, n° 223, CRÉDOC, 71 p.
- MOREL B., REDOR P. [2006], "Enquête annuelle de recensement 2004 et 2005 - La croissance démographique s'étend toujours plus loin des villes", *INSEE Première*, n° 1058, janvier.
- MOUTARDIER M. [1990], "Vieillir : le repli sur soi et sur la sphère domestique », *Données sociales*, INSEE, 1990.
- OETTGEN F., OETTGEN W. [2004], *Les mutations du consommateur français. Comment s'y adapter ?*, Editions EMS, Management & Société, Vade-mecum, Paris.
- QUINET A. [2008], Rapport de la commission "Mesure du pouvoir d'achat des ménages", remis à Madame Christine Lagarde, ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi.
- RANVIER M., MOATI P. [2008], *L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les déclarations annuelles de données sociales*, étude CREDOC pour la Délégation à l'Aménagement du Territoire, octobre.
- RECOURS F., HEBEL P., BERGER R. [2008], "Effets de génération, d'âge et de revenus sur les arbitrages de consommation", *Cahier de Recherche*, n° 258, CRÉDOC, Paris.
- SOLARD G. [2009], "A la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population", *INSEE Première*, n° 1245, juin.

Perspectives en matière de livraison à domicile des achats réalisés en magasin

Ph. MOATI

CRÉDOC, Université Paris Diderot

La manière dont devrait évoluer au cours des prochaines années la pratique de la livraison à domicile des achats réalisés en magasin dépendra de la balance entre le jeu de facteurs favorables et de facteurs défavorables.

Les facteurs favorables :

- Le vieillissement de la population : la population âgée assume avec plus de difficulté la manutention des achats. Le niveau de vie plus élevé des nouvelles générations de seniors, ainsi que la nature des modes de vie auxquels elles se sont habituées au cours des phases antérieures de leur cycle de vie, devraient les rendre plus réceptives aux services de livraison à domicile que leurs aînés.

- La désynchronisation entre l'acte d'achat et l'entrée en possession des produits est traditionnellement un facteur de résistance à l'usage de la livraison à domicile, ainsi que la contrainte imposée par l'obligation de présence durant la plage de temps prévue pour ce service. Le développement de l'achat en ligne est cependant en train de familiariser les consommateurs avec les avantages et les inconvénients de la livraison à domicile.

- Plusieurs études ont fait état d'un bilan écologique de la livraison à domicile associée à l'achat en ligne nettement plus favorable que celui associé à l'achat en magasin. Il conviendrait de mener des études similaires sur l'impact environnemental des livraisons à domicile à la suite d'un achat en magasin. Celui-ci est susceptible d'être positif lorsque la livraison à domicile se substitue à un déplacement vers le commerce en automobile. Dans le cas contraire, le bilan carbone de la livraison s'ajoute à celui du déplacement du client. Si l'on part de l'hypothèse réaliste que la fiscalité écologique est amenée à se développer, alors on peut anticiper que le développement de la livraison à domicile portera en premier lieu sur les livraisons à partir de commerces urbains accessibles à pied ou en transports en commun.

- L'entrée de la grande distribution dans le régime de croissance intensive s'accompagne du déploiement de stratégies de déclinaison des formats dans l'optique d'aller à la rencontre des consommateurs, en tous lieux et à tous moments, avec le concept et le format commercial approprié aux modalités spécifiques d'expression du

besoin. C'est ainsi que se développent d'ores et déjà des concepts commerciaux, implantés dans de nouveaux lieux, généralement sur des formats relativement étroits ne permettant pas d'exposer la totalité de l'offre. Cette tendance devrait donc encourager les politiques de virtualisation d'une partie de l'offre : les clients, en magasin, ne sont en contact qu'avec un article de démonstration, voire une fiche sur un catalogue physique ou virtuel. La désynchronisation entre l'achat et la prise de possession des produits qui s'instaure alors inévitablement facilite l'acceptabilité du service de livraison à domicile.

- L'offre d'un service de livraison à domicile participe d'une démarche plus générale d'enrichissement de la prestation commerciale en services, dont on peut anticiper l'amplification à mesure du basculement du secteur du commerce dans l'ère servicielle. Si nombre d'enseignes proposent d'ores déjà ce service, il demeure des marges de progression importantes, notamment dans le commerce non alimentaire, mais aussi auprès des commerçants indépendants de centre ville qui, ici ou là, s'organisent par le biais de leurs associations pour mutualiser les moyens nécessaires pour offrir ce type de services à leurs clients.

Les facteurs défavorables :

- Le coût de la livraison à domicile est incontestablement un facteur important qui s'oppose à sa généralisation, en particulier dans un pays comme la France où les consommateurs semblent éprouver de grandes réticences à payer à leurs coûts les services offerts. Le contexte actuel de tension sur le pouvoir d'achat des ménages et les arbitrages que ceux-ci réalisent afin de concentrer leurs ressources sur les consommations les plus valorisées constituent un facteur aggravant. Notons toutefois que le développement de l'achat en ligne est en train de banaliser auprès d'un nombre croissant de consommateurs le fait de devoir ajouter des frais de livraison au montant des achats. En outre, certains distributeurs, en magasin ou sur Internet, ont fait le choix d'intégrer le coût de la livraison à leurs frais généraux, et donc aux prix de leurs produits, et assurent le service de livraison gratuitement (au-delà d'un certain montant d'achat) ou à un prix sans rapport avec le coût.

- Les velléités de croissance des acteurs de la distribution les conduisent à entretenir un rythme soutenu de création de nouveaux établissements, en dépit d'un niveau d'équipement commercial déjà élevé. Il en découle une progression de la densité commerciale qui assure à chaque consommateur les conditions d'un accès de plus en plus aisé à l'offre lui permettant de satisfaire ses besoins. Ce processus est par ailleurs alimenté par les stratégies de déclinaison des formats évoquées plus haut qui confèrent une plus forte capillarité aux réseaux des enseignes. Cette densification de l'appareil commercial réduit l'incitation à la massification des achats et contribue, avec l'évolution démographique, à relancer les pratiques d'achat plus fréquentes et portant sur des paniers réduits. L'avantage pour les clients du recours à la livraison à domicile est alors moins évident.

Il est difficile de se prononcer sur l'effet net des facteurs favorables et défavorables sur les perspectives de développement de la livraison à domicile. Trois variables joueront probablement un rôle déterminant en la matière.

- Les progrès qui seront réalisés dans la logistique du dernier kilomètre, en termes de coût, mais aussi de réduction de la plage horaire d'immobilisation du client et d'amélioration de l'impact environnemental. L'enjeu capital que revêt cette question pour le commerce en ligne fait que, avec l'augmentation des volumes traités et la descente de la courbe d'apprentissage par les acteurs du e-commerce et leurs prestataires logistiques, il est raisonnable d'anticiper des progrès substantiels en la matière.

- Les choix collectifs qui seront effectués au niveau de la profession, des collectivités locales et de l'État pour développer les infrastructures adaptées (notamment les plates-formes de proximité), les véhicules spéciaux, la régulation de la circulation en milieu urbain... A plus long terme, on peut anticiper l'aménagement de dispositifs de conciergerie et de systèmes de stockage individuels ou collectifs, à domicile ou sur le lieu de travail, qui pourraient desserrer la contrainte de co-présence et permettre de réduire le coût des livraisons par l'extension de la plage temporelle durant laquelle les livraisons peuvent être effectuées.

- L'évolution de la structure du tissu urbain, dans le sens de la densification ou, au contraire, dans celui de l'étalement urbain, des choix politiques qui seront faits en matière de circulation automobile...

Au total, il semble raisonnable d'anticiper une progression modérée du recours à la livraison à domicile au cours des 10 prochaines années.

ANNEXE 3 : POLITIQUE RELATIVE À LA LOCALISATION DU COMMERCE DE DÉTAIL AUX PAYS-BAS¹

1. UNE PROCÉDURE UNIQUE : LE PERMIS DE CONSTRUIRE

Comme en Allemagne et au Royaume-Uni, il n'existe pas aux Pays-Bas de procédure spécifique concernant les grandes surfaces commerciales pour le volet socio-économique. L'ensemble des implications des outils légaux spécifiques au commerce, des règles et principes relatifs à l'aménagement du territoire sont pris en compte au travers du permis de construire (*bouwvergunning*).

2. CADRE GÉNÉRAL D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

2.1 DESCRIPTION DES PRINCIPAUX OUTILS DE L'AMÉNAGEMENT ET DU NIVEAU DE POUVOIR AFFÉRENT

Aux Pays-Bas, l'aménagement du territoire se base sur la nouvelle loi néerlandaise sur l'aménagement du territoire (*nieuwe Wet ruimtelijke ordening* - nWro -) remplaçant depuis le 1^{er} juillet 2008 l'ancienne loi adoptée en 1965 et modifiée à diverses reprises. L'Etat reste dominant, les provinces et les communes inscrivant leurs projets dans le cadre national. Cette centralisation est toutefois tempérée par l'importance du jeu de la négociation, à tous les niveaux et entre les niveaux.

Le Ministère du Logement, de l'Aménagement du Territoire et de la Gestion de l'Environnement (le VROM) est responsable au niveau national de la politique en matière d'aménagement du territoire. Depuis les années soixante, il produit régulièrement un document stratégique appelé de façon générique : Note sur l'aménagement du territoire. Son sixième document stratégique actuellement en vigueur s'appelle la *Nota Ruimte*. Ce document au statut global et indicatif a été adopté le 27 février 2006. Il fixe les grandes orientations de la politique d'aménagement du territoire souhaitée pour l'ensemble du territoire national.

Depuis 1960, ces « *Nota's over de ruimtelijke ordening* » voient le jour à intervalle d'environ dix ans. Ces notes, ou mémoires, ont une fonction d'indicateurs pour l'organisation de l'espace. Ils ne sont toutefois pas les seuls instruments d'aménagement du territoire utilisés par le gouvernement. Celui-ci dispose aussi d'« esquisses structurelles » (*Structuur schetsen*) et de décisions-clés relatives à l'aménagement et aux schémas de structure (*structuurschema's en planologische Kernbeslissingen*). Ces outils n'ont pas un effet global mais portent chacun sur une problématique déterminée ; il s'agit souvent de plans préparatoires pour les mémoires sur l'aménagement du territoire (OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE, 2008). Plusieurs documents sectoriels complètent aussi la *Nota Ruimte* : la *Nota Mobiliteit*, la *Nota Pieken in de Delta*, l'*Agenda Vitaal Platteland*, l'*Actieprogramma Ruimte en Cultuur*...

Ces cadres nationaux sont concrétisés au niveau provincial sous forme de plans provinciaux (*streekplannen*) stratégiques. Egalement indicatifs, ils présentent pour l'ensemble de la province ou une partie de celle-ci les grands axes du futur développement. La province du Limbourg néerlandais a ainsi adopté en 2001 un premier *Provinciaal Omgevingsplan Limburg* (POL), modifié en novembre 2006. A ce plan "généraliste" se rattache un certain nombre de documents provinciaux destinés à le préciser : d'une part, des compléments

¹ Auteur : Lambotte Jean-Marc (LEPUR – ULg)

proprement dits (*POL-aanvullingen*), au statut identique à celui du POL, dans lesquels les lignes directrices du POL pour certains sujets sont complétées jusqu'au niveau opérationnel ; d'autre part, des règles, notes et programmes politiques, développant le POL de manière plus détaillée et des règlements, comportant des règles concrètes.

Enfin, la politique des plans provinciaux est mise en œuvre au niveau communal dans des plans locaux d'affectation (*bestemmingsplannen*), réglementaires. Si un conflit relatif à l'orientation souhaitée pour le développement spatial se présente, on peut imposer la mise en œuvre de la politique nationale ou provinciale dans les plans communaux.

2.2 LES PRINCIPALES ORIENTATIONS DES TROIS PREMIÈRES NOTES NATIONALES SUR L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Avant d'aborder les intentions spécifiques des Notes sur l'aménagement du territoire relatives à la localisation du commerce, il est nécessaire de présenter les principales évolutions rencontrées dans la façon dont ces documents ont traité la maîtrise de l'étalement urbain, la déconcentration décentralisée et la lutte contre la dépendance automobile. Plus que dans tout autre pays, les orientations néerlandaises relatives à la localisation du commerce sont en effet à replacer dans un cadre plus large relatif à la maîtrise du développement urbain et rural conforme aux principes de la ville compacte (densité, mixité des fonctions et coordination entre l'urbanisation et l'offre en transports collectifs).

Dans le premier mémoire officiel, publié en 1960, la préoccupation majeure était d'empêcher l'exode rural vers la Randstad, notamment par la promotion de l'espace rural que la population désertait.

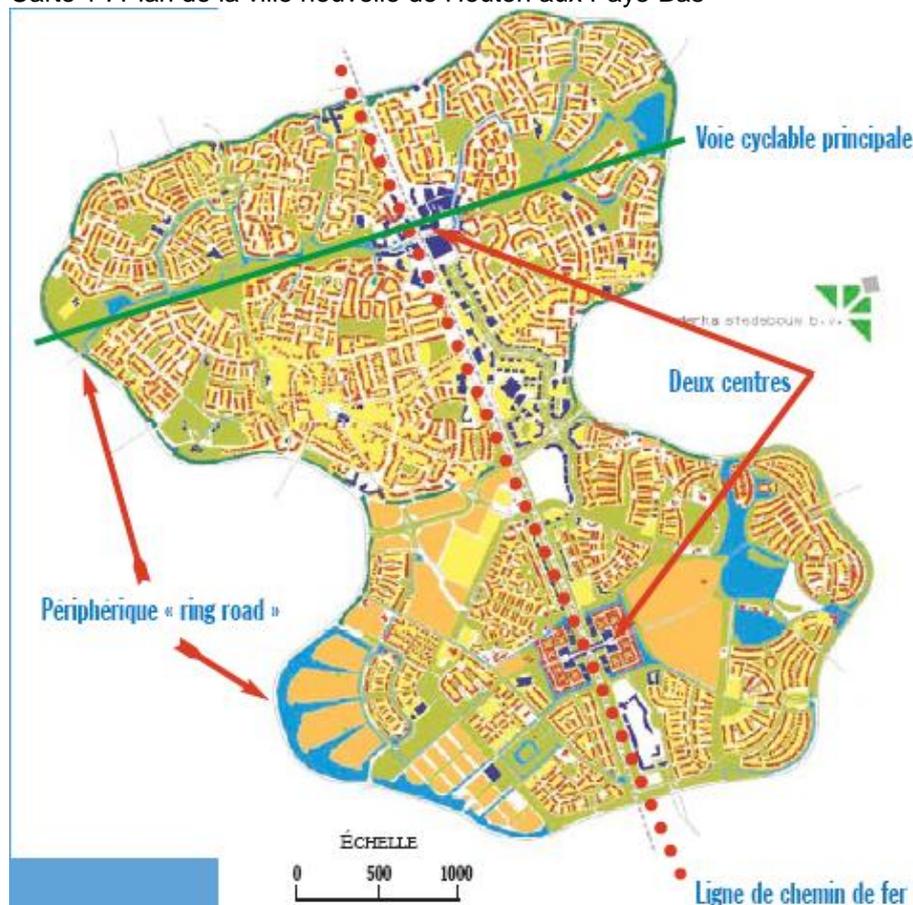
Le deuxième mémoire, de 1966, encourageait la « déconcentration groupée » du lieu de travail et de l'habitation, ainsi que la construction de villes nouvelles en périphérie du groupement urbain Amsterdam – Rotterdam - La Haye - Utrecht (OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE, 2008, p. 2). Ce concept de déconcentration groupée implique que le processus de suburbanisation doit être guidé dans un sens tel que la croissance suburbaine est allouée à certains villages et villes sélectionnés a priori. De nombreuses provinces ont adopté ce concept de planification dans leur *streekplan* durant les années septante. Très souvent, un lien fut établi avec la hiérarchie des centres de service, conformément à la théorie des places centrales du géographe allemand Christaller (1933). Toutefois, ce concept de déconcentration groupée était surtout associé à la fonction du logement (VOOGD d., 2000). Le commerce était moins explicitement concerné.

Le troisième mémoire, en 1973, cherchait à mettre à nouveau l'accent sur une plus forte concentration de la population et des activités économiques dans les villes et agglomérations existantes, ainsi que sur une limitation de la mobilité (OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE, 2008). Bien qu'on ait réussi jusque là la politique de concentrer la croissance dans certains sites sélectionnés, on ne s'est pas rendu compte des effets secondaires : les conséquences négatives pour les quatre grandes villes du pays (déclin démographique, paupérisation suite au départ des classes moyennes). A la suite de cette troisième note, un climat plus favorable aux villes anciennes se mit en place. On investit beaucoup dans la rénovation urbaine, cherchant à améliorer la qualité de vie en ville afin d'enrayer la suburbanisation (JANSEN L. et al., 1997, p. 69). Toutefois, les Pays-Bas continuaient à connaître une forte croissance démographique. A l'occasion de cette troisième note, fut introduit le concept de centres de croissance (*groeikernen*). Cet ensemble de localités anciennes (Alkmaar, Hoorn, Zoetermeer...) et de villes nouvelles (Almere, Lelystad, Houten...) essentiellement concentrées à proximité des grandes villes de la Randstad a été désigné lors de cette troisième note pour accueillir une part significative de la

formidable croissance démographique marquant cette époque². Au sein de ces villes petites ou moyennes, la localisation de l'ensemble des services destinés à la population a été planifiée en même temps que le logement de façon à minimiser l'usage de la voiture.

La ville nouvelle de Houten, située à 10 km au sud d'Utrecht, est un bon exemple de l'application de ces principes de déconcentration groupée impliquant de courtes distances entre l'ensemble des résidences et le centre urbain où se concentrent gare, commerces et services publics de proximité, principes préfigurant la politique de la ville compacte.

Carte 1 : Plan de la ville nouvelle de Houten aux Pays-Bas



Source : DEBOUDT B. ET TREVE H., 2007

Cette cité de 30 000 habitants a été construite autour d'une gare ferroviaire d'où les habitants peuvent accéder en dix minutes au centre d'Utrecht. Elle a été imaginée et organisée en fonction de l'accessibilité de son centre par des moyens non motorisés. La ville recouvre un ovale d'environ 3 km sur 2, délimité par une rocade routière de 8,6 km. Les dimensions de l'ovale ont été planifiées à l'échelle du cycliste. Au sein de la ville, le transit automobile est strictement interdit, l'accès à un quartier ou lotissement n'étant possible en voiture que par une porte unique depuis la rocade. Aller d'un quartier à l'autre prend moins de temps à vélo qu'en voiture en empruntant la rocade. 90 % des usagers du train viennent à la gare, située à proximité immédiate du centre, à pied ou à vélo : la distance maximale à parcourir depuis le domicile est en effet de 1,5 km.

Tous les commerces ainsi que les services publics (administrations, écoles, bibliothèques, équipements sportifs) ont été implantés dans le centre ou le long des voies cyclables et chemins piétons qui sillonnent la ville. Résultat : seuls 19 % des achats s'effectuent en

² Voir le site : <http://nl.wikipedia.org/wiki/Groeikern>

voiture dans cette ville contre 28 % dans les centres urbains néerlandais de taille comparable (BAUELLE G., 2006, p. 3). On est bien loin des 70 à 85 % caractérisant la part modale de la voiture pour le motif achat dans le centre des villes wallonnes d'une taille comparable et des 95 à 100 % caractérisant les achats effectués dans les commerces implantés à la périphérie de ces mêmes villes. Notons que la ville modèle de Houten s'avère très attractive pour les achats. La plupart des habitants utilisent le vélo (remorques à vélo) pour leurs achats. Les habitants de Houten effectuent 2/3 de leurs dépenses sur place ; pratiquement 100 % des dépenses pour les denrées alimentaires et 50 % pour les besoins restant sont faites à Houten (CAR FREE FRANCE, 2009).

2.3 LES QUATRIÈMES ET CINQUIÈMES NOTES NATIONALES SUR L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET LA MAÎTRISE DE L'ÉTALEMENT URBAIN

En 1988, un quatrième mémoire a été rédigé. Il a cette fois-ci formulé explicitement les principes de la ville compacte. Cette notion de "ville compacte" a trouvé son essor lorsqu'on s'aperçut que la politique des villes nouvelles avait contribué à vider le centre d'Amsterdam de sa population (perte de 150.000 habitants entre 1965 et 1982) ; d'où un moindre usage des équipements existants (un déclin du commerce de centre-ville notamment) et une congestion automobile importante. Ce constat de déclin des espaces urbains anciens a été considéré comme étant le résultat des politiques antérieures de "déconcentration groupée", vers les villes nouvelles. La priorité de la Quatrième Note sur l'aménagement est donc clairement donnée à la rénovation urbaine : les fonds publics y contribueront, ainsi qu'une politique de concentration de l'urbanisation dans l'anneau Utrecht-Amsterdam/Schipol-La Haye, Rotterdam, "*le plus près possible des villes*". L'offre de grands logements, pour populations aisées, doit par exemple contribuer à faire "revenir" ou à maintenir les ménages riches en ville (Fouchier V., 1999, p. 24).

Ce quatrième rapport fut complété en 1991 d'un « Quatrième rapport bis » VINEX (*Vierde Nota ruimtelijk ordening Extra*). Ce complément introduit notamment un objectif de limitation de l'usage de l'automobile. La banalisation de l'automobile y est présentée comme inquiétante dans son ampleur : on prévoit à l'époque que le nombre d'automobiles passera de 5 à 8 millions d'ici 2015. Les formes prises par le développement urbain sont également mises en cause : "*les zones urbaines ont crû rapidement dans la dernière décennie. Les déplacements à l'intérieur des limites des villes impliquent maintenant des distances de plus en plus longues. (...) La nette augmentation du nombre de voitures sur les routes constitue clairement une grave menace pour la qualité des aires fortement urbanisées*". Pour enrayer cette tendance, le VINEX prône la mixité des fonctions, ainsi que le renforcement de la politique de la ville compacte. Une préférence est accordée aux "districts" de plus de 50.000 habitants, qui devront renforcer leur rôle de centralité. Corrélativement, les districts ruraux "*doivent rester ruraux*" (IBIDEM, p. 23). Une politique de redensification des centres urbains était donc préconisée. Cette redensification devait être complétée par une forte mixité entre le logement et les équipements de proximité afin de garantir de courtes distances entre ces diverses fonctions. De ce fait, il s'agissait de maximiser l'usage des modes lents pour les déplacements quotidiens (domicile-école, domicile-commerce...).

A nouveau, la réutilisation des sites désertés durant les années 60, 70 et 80 dans les centres urbains (friches industrielles, quartiers résidentiels éventrés en vue de permettre l'accès en voiture dans les centres urbains) était jugée insuffisante pour répondre à l'ensemble des besoins en logement. Pour faire face au déficit en potentiel foncier, le VINEX a préconisé la mise sur pied d'un programme de création d'un nombre limité de quartiers mixtes (logements + équipements de proximité) "*le plus près possible des villes*". Ces quartiers dits VINEX se sont concentrés aux abords des grandes villes de la Randstad et de grandes villes en forte

croissance comme Eindhoven, Tilburg ou Arnhem³. De la sorte, il s'agissait à nouveau de préserver le milieu rural d'une trop forte croissance démographique et de protéger l'espace ouvert. Ces mesures visaient aussi à limiter la dépendance à la voiture par la concentration d'un grand volume de population à courte distance de grandes villes et par une réelle mixité entre logements et services publics et privés de proximité.

C'est à l'occasion de ce même VINEX qu'a été initiée la politique ABC concernant la localisation des activités économiques. Ce plan d'aménagement du territoire de 1991 ambitionnait de "*dissuader l'usage de l'automobile, en particulier pour les déplacements domicile-travail*". Dans ce cadre, la politique dite de l'ABC visait à "placer la bonne entreprise au bon endroit". La politique ABC consiste à définir une stratégie de localisation, croisant le "profil d'accessibilité" du lieu et le "profil de mobilité" de l'entreprise ou du service (en termes de personnes et de marchandises). Les différentes parties du territoire sont classées en trois catégories, combinant les deux types de profils évoqués, en fonction de leur accessibilité :

- profil A : activités tertiaires ou équipements ayant beaucoup d'employés ou attirant de nombreux visiteurs par hectare (par exemple, des bureaux ouverts au public, des théâtres ou musées), dont la localisation sera de type centre-ville, bénéficiant de tous les transports publics avec une connexion aux réseaux nationaux ;
- profil B : activités attirant moins de personnes, mais qui doivent rester accessibles par automobile (production, distribution, hôpitaux, centres de recherche, industries de "cols blancs"), dont la localisation devra combiner une double desserte automobile et transports publics, plus loin des centres ;
- profil C : activités dépendant uniquement du transport routier, impliquant peu d'emplois par hectare, dont la localisation sera périphérique, sans transport collectif majeur.

Les entreprises ou institutions sont donc évaluées selon leur "*intensité d'emploi*" (*Labour intensity*), c'est-à-dire leur nombre d'employés par unité de surface. Une densité d'un employé par surface de 40 m² ou moins est considérée comme "intensive", alors qu'une densité associant 100 m² ou plus par employé est jugée "extensive". Le nombre de visiteurs est également pris en considération, dans le cas des établissements ou commerces recevant du public.

Les normes de stationnement, notamment, doivent varier pour chacun de ces profils : la restriction du nombre de places (long terme) doit réduire l'utilisation non obligée de l'automobile pour les déplacements pendulaires, lorsque le site est accessible en transport en commun. Dans les sites de catégorie A, dans les grandes villes, la norme maximale est d'une place pour 10 employés ; elle est de 1 place pour 5 employés dans les zones B (FOUCHIER V., 1999, pp. 24-25).

Même si cette politique ABC n'a jamais été appliquée directement à la localisation du commerce, elle démontre que la lutte contre l'étalement urbain et la dépendance à la voiture est une constante dans la politique nationale de l'aménagement du territoire néerlandais.

Le cinquième mémoire sur l'aménagement du territoire, rédigé en 2000, a surtout été consacré aux formes de partenariat public-privé. Il prévoit que le gouvernement central se retire partiellement des affaires liées à l'aménagement. Pour ce qui est de la politique des agglomérations, ce document fait l'apanage du concept de « réseaux urbains ». Ce concept prévoit l'interconnexion entre l'urbanisation et l'infrastructure de transport dans les villes et la création d'espaces qui offrent une exploitation intensive et mixte du sol. Les zones construites existantes doivent partout être exploitées de manière optimale, et ce n'est qu'à l'intérieur de « périmètres rouges » prédéfinis que de nouvelles zones peuvent être développées pour l'habitation, l'activité économique et les transports (OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE, 2008).

³ Voir le site : <http://nl.wikipedia.org/wiki/Vinex-locatie>

2.4 LES INTENTIONS GÉNÉRALES DE LA *NOTA RUIMTE* VIS-À-VIS DE L'URBANISATION

Bien qu'ayant été approuvé par le Parlement en décembre 2000, le cinquième mémoire sur l'organisation du territoire n'est jamais entré en vigueur, en raison d'un changement de gouvernement. Au lieu de cela, un nouveau programme directeur d'aménagement du territoire – la *Nota Ruimte*⁴ – a été adopté le 17 janvier 2006 par le Parlement néerlandais et est entré en vigueur. Il contient les objectifs territoriaux que les Pays-Bas se sont fixés à l'horizon 2020. Bien que l'actuel gouvernement néerlandais ait jugé le cinquième mémoire comme peu conforme à ses orientations très libérales, sa *Nota Ruimte* s'appuie largement sur ce précédent document, document qui marquait pourtant déjà une nette évolution vers moins de dirigisme dans la façon dont l'Etat néerlandais concevait son aménagement du territoire.

Avec la *Nota Ruimte*, l'Etat néerlandais a donné à sa stratégie de développement spatial une dimension économique plus poussée par rapport aux quatre premières notes sur l'aménagement du territoire. Il a également réduit le caractère dirigiste qui caractérisait jadis les précédentes notes. Ainsi, « *au lieu de chercher à tout décider lui-même, il (l'Etat) entend désormais veiller à ce que les parties concernées puissent faire leurs choix. Son rôle est plutôt de donner aux autres institutions les instruments nécessaires. Le gouvernement revient ainsi aux vrais principes de la politique nationale d'aménagement du territoire, notamment à celui d'une planification décentralisée accordant un rôle essentiel aux plans d'occupation des sols établis par les municipalités. Par ailleurs, l'accent doit désormais porter davantage sur le développement, et moins sur la réglementation restrictive* » (Résumé de la *Nota Ruimte*, p. 4 et 5).

A travers cette *Nota Ruimte*, le gouvernement néerlandais s'est fixé quatre objectifs majeurs :

- renforcer la compétitivité de l'économie sur le plan international ;
- veiller à ce que les villes soient fortes et que les campagnes gardent leur dynamisme ;
- garantir et affiner certaines normes environnementales – tant nationales que transnationales – ;
- assurer la sécurité (notamment contre les inondations dont la fréquence et l'intensité risque d'augmenter avec le réchauffement climatique).

Le concept directeur préconise « *l'interconnexion entre urbanisation et infrastructure* » et « *l'organisation en réseaux urbains* ». Urbanisation, infrastructure et développement économique doivent autant que possible être concentrés au sein de réseaux urbains nationaux, de pôles économiques et autour de grands axes de communication. Pour y parvenir, le Royaume a distingué six réseaux urbains d'importance nationale, dont le développement est considéré prioritaire⁵. Ces réseaux sont constitués chacun de plusieurs villes, grandes ou petites, entre lesquelles s'intercalent des espaces ouverts plus ou moins étendus. Les villes et les centres réunis se complètent et se soutiennent mutuellement, de sorte qu'ils ont davantage à offrir ensemble que séparément. Toutefois, les réseaux urbains nationaux ne doivent aucunement constituer un nouvel échelon administratif.

⁴ La version complète en néerlandais de la *Nota Ruimte* se trouve à l'adresse : <http://www2.vrom.nl/notaruimte>. Le résumé en français de cette note est disponible sur le site : www.vrom.nl/get.asp?file=docs/ruimte/NR_Samenvatting_Frans.pdf.

⁵ Les six réseaux sont : la métropole Delta (ou Randstad : Amsterdam, Rotterdam, Utrecht et La Haye), la Brabantstad (Eindhoven, Bois-le-Duc, Tilburg et Breda), Arnhem-Nimègue, Maastricht-Heerlen, la Twente (Enschede, Hengelo et Almelo), Groningue-Assen.

Le mémoire actuel exposant la conception de l'aménagement et les principaux objectifs diffère surtout des précédents quant à la manière de contrôler la politique nationale dans ce domaine. La *Nota Ruimte* est axée sur le principe de « décentraliser autant que possible – centraliser juste ce qu'il faut ». Ainsi, l'Etat central se retire de plus en plus de la politique d'aménagement du territoire, laissant une grande part du pouvoir décisionnel aux provinces, aux communes et aux milieux privés.

La politique nationale d'aménagement du territoire s'attache désormais uniquement à assurer la « qualité de base » et à définir des « structures spatiales principales ». Autrement dit, des normes minimales sont formulées pour tous les plans relatifs à l'aménagement du territoire, que tous les acteurs sont tenus de respecter. Dans ce cadre, les « structures principales » désignent des structures d'aménagement dont l'existence et la sécurité présentent un intérêt national. Il s'agit, entre autres, des mégaports (aéroport de Schiphol, port de Rotterdam), des centres économiques d'importance nationale (les pôles du savoir de la Randstad, de la région d'Eindhoven et du Brabant du sud-est), des pôles verts (grandes pôles d'agriculture intensive et d'horticulture situés dans la Randstad et autour de Venlo), d'importants réseaux d'infrastructure, de réseaux urbains nationaux et de rénovation urbaine à grande échelle.

L'instrument qu'est la « politique des périmètres rouges », telle qu'elle a été formulée dans le cinquième mémoire sur l'aménagement du territoire comme mesure devant contrer l'urbanisation excessive et anarchique du territoire n'a pas été repris dans la *Nota Ruimte*. En outre, la construction de logements et de zones artisanales dans l'espace rural est facilitée. Des partenaires privés (citoyens, économie) peuvent désormais exercer une plus grande influence sur l'aménagement du territoire néerlandais (OFFICE FÉDÉRAL DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE, 2008).

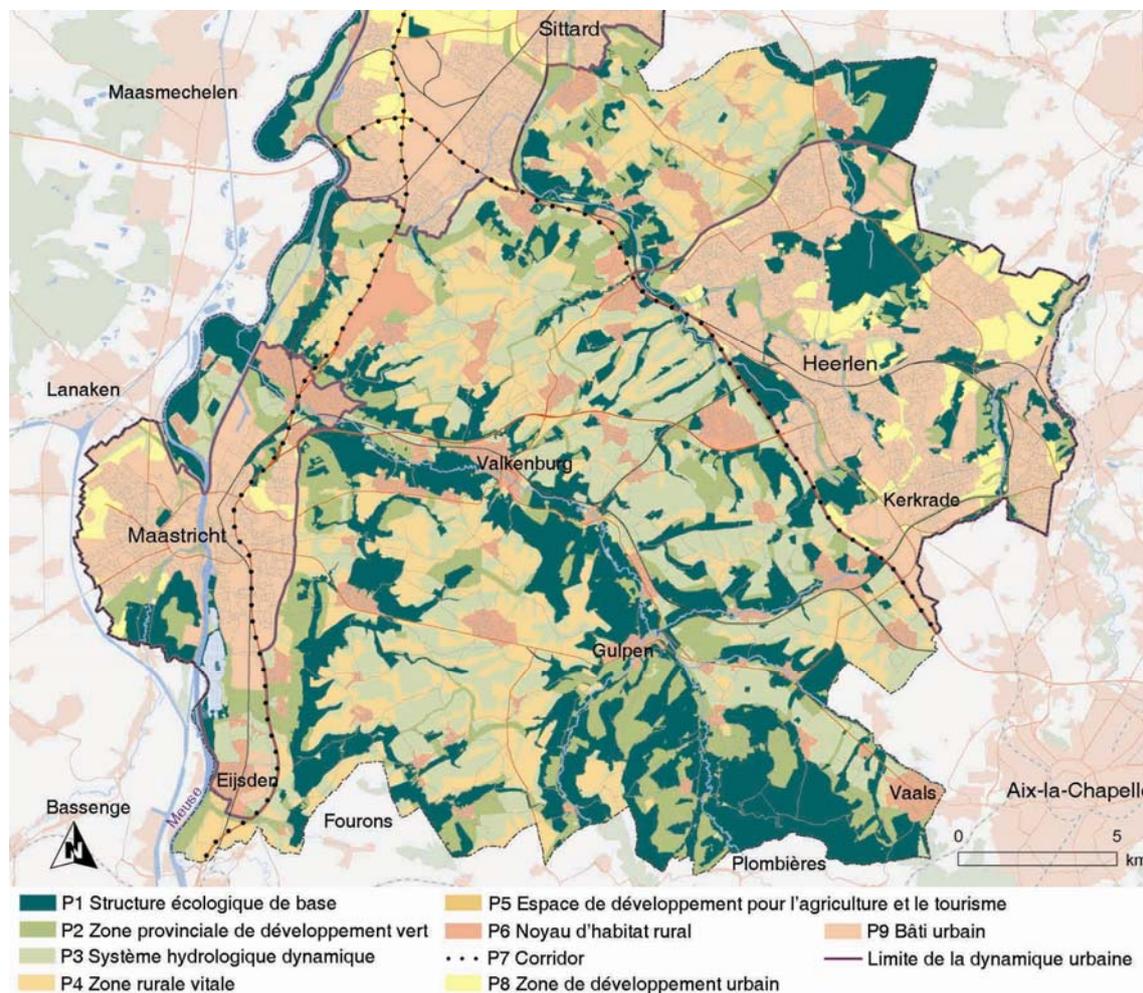
2.5 LES INTENTIONS DU *PROVINCIAAL OMGEVINGSPLAN LIMBURG 2006* VIS-À-VIS DE L'URBANISATION

Adopté le 22 septembre 2006, le *Provinciaal Omgevingsplan Limburg 2006* (POL 2006), successeur du POL 2001, constitue la première version d'un POL sous forme de plan directeur global conformément à la nouvelle loi néerlandaise sur l'aménagement du territoire (*nWro*). D'une part, le POL 2006 représente pour la Province son plan régional (*Streekplan* au sens de cette loi). A travers un tel document, la Province fixe dans les grandes lignes la place qui est accordée à l'agriculture, à la nature, au logement et aux zones d'activités. Les communes sont tenues de s'y tenir lorsqu'elles adoptent leur plan d'affectation (*bestemmingsplan*). D'autre part, le POL 2006 constitue pour la Province de Limbourg le plan de gestion des eaux, le plan de politique environnementale ainsi que le plan directeur en matière de circulation et de transports. Le POL 2006 englobe aussi de nombreux aspects physiques des politiques économiques, sociales, de la santé et de la culture. Comme le SDER wallon, le POL 2006 est un document à valeur indicative, ne contenant aucune décision juridique directement contraignante.

Le POL 2006 affiche la volonté de la Province du Limbourg de concentrer l'urbanisation autour des principaux pôles urbains et de limiter l'urbanisation diffuse hors de cet espace. Dans sa partie consistant en une perspective structurelle au sens de la nouvelle loi néerlandaise sur l'aménagement du territoire, ce document fournit en effet une cartographie délimitant les principaux contours de l'urbanisation (voir carte 2). Les nouveaux logements et équipements annexes (écoles, commerces, services publics locaux...) sont appelés à prendre place de préférence au sein des périmètres bâtis déjà existants (zones P6 en milieu rural et P9 en milieu urbain). Autant que possible, il est prévu de localiser les nouveaux développements de l'urbanisation au sein des quelques espaces restants disponibles dans ces deux zones, notamment via des opérations de rénovation urbaine. Pour le reste, l'urbanisation nouvelle doit prendre place au sein de Zones de développement urbain (P8),

soit de vastes zones d'aménagement différé attenantes au bâti existant et situées à l'intérieur des frontières de la dynamique urbaine, c'est-à-dire du périmètre du noyau d'habitat des huit principaux pôles urbains de la Province du Limbourg (Maastricht, Heerlen-Kerkrade, Roermond...).

Carte 2 : Extrait de la carte « perspective structurelle » de la Province du Limbourg néerlandais



Source : PROVINCE LIMBURG, 2006.

La zone P6 de la carte relative à la Perspective structurelle est dévolue aux centres ruraux. A l'exception de quelques gros bourgs situés en leur sein (Valkenburg, Vaals et Gulpen par exemple), l'espace offert à l'urbanisation doit être limité aux besoins de la seule population locale. Les petites villes citées plus haut peuvent simplement prévoir du terrain supplémentaire pour accueillir des fonctions destinées à servir la population des zones rurales avoisinantes (enseignement, PME, santé et culture). Le Complément du POL consacré à la « Politique des contours » (plan provincial adopté en 2005) délimite précisément au niveau parcellaire ces espaces constituant des centres ruraux. Comparativement à la situation prévalant en Wallonie, voire même en Flandre, les disponibilités à la construction ainsi offertes en milieu rural sont particulièrement faibles. Etant donné que les contours de cette urbanisation limite de façon très stricte l'espace disponible à la construction, la taille des parcelles n'y dépasse que rarement les 300 à 400 m² au sein des nouveaux lotissements, même quand il s'agit de maisons 4 façades implantées aux abords de petits villages.

Si le POL 2006 délimite les contours de l'urbanisation, il ne faut pas considérer ce document comme un cadre rigide mais au contraire comme la base d'une structure modulaire et

flexible comprenant d'autres documents adoptés par la Province. L'objectif d'une telle structure conforme à la nWro est d'avoir une planification moins dirigiste et plus flexible. En ce sens, le POL 2006 évite des procédures longues tout en répondant efficacement et à temps aux besoins de la population et des entreprises (industries, services, agriculture...). Pour ce faire, la province du Limbourg a recours à un ensemble d'instruments opérationnels de planification dont la Méthode des droits de développement négociables (*Verhandelbare Ontwikkelings-Rechten-methode*, en abrégé VORM). Si par exemple une commune veut étendre des zones à urbaniser en dehors des contours imposés par la Province, via cet instrument VORM, elle a la possibilité de le faire si le besoin est démontré moyennant une compensation suffisante (l'aménagement de zones naturelles supplémentaires).

On voit donc que même si la *Nota Ruimte* a réduit le caractère dirigiste de la politique nationale d'aménagement du territoire aux Pays-Bas en accordant aux provinces une grande liberté de choix, ce niveau de pouvoir a tendance à poursuivre la politique de limitation l'étalement urbain et de la dépendance à la voiture qui l'accompagne. Densité, mixité des fonctions et concentration des activités compatibles avec l'habitat dans des lieux offrant une bonne desserte en transport en commun restent des orientations stratégiques dominantes de l'aménagement du territoire néerlandais. Indirectement, cette moindre dépendance à la voiture de la société néerlandaise a un impact sur la politique de localisation du commerce de détail. Par exemple, par rapport à la Belgique, l'importance de la disponibilité en parking à associer à chaque implantation commerciale est un critère qui a moins de poids aux Pays-Bas. Cet obstacle à la concentration de l'offre commerciale au sein des centres-villes et des quartiers d'habitat a donc une importance moindre aux Pays-Bas qu'en Belgique.

3. LES OUTILS NATIONAUX RÉGLEMENTAIRES ET STRATÉGIQUES RELATIFS À LA LOCALISATION DU COMMERCE

L'adoption de la *Nota Ruimte* en 2006 a bouleversé la façon dont est prise en compte la localisation du commerce au sein des outils néerlandais d'aménagement du territoire. Il nous paraît donc nécessaire de bien décrire les outils très dirigistes ayant eu cours durant une trentaine d'années environ jusqu'à l'adoption de cette *Nota Ruimte* avant de présenter la situation actuelle.

3.1 LES STRATÉGIES ET LOIS APPLICABLES À LA LOCALISATION DU COMMERCE ANTÉRIEURES À LA NOTA RUIMTE

Depuis l'après-guerre, le but principal de la planification néerlandaise du commerce de détail a été de préserver, voire de renforcer la fonction commerçante des centres-villes et d'assurer un maillage de petits centres commerçants à l'échelle des quartiers. Des orientations nationales ont limité le développement d'implantations à grande échelle sur des sites périphériques excepté pour quelques branches commerciales liées à des biens pondéreux/volumineux.

Les Pays-Bas ont mis en place un système hiérarchisé de centres commerçants inspiré de la théorie des places centrales de Christaller, à l'image de la politique mise en place en Allemagne. Dans les régions urbaines, ce système s'appuie sur un ensemble hiérarchisé de polarités commerçantes comprenant : le centre-ville, des centres commerçants de district (*wijkwinkelcentra*) et des centres commerçants de quartier (*buurtwinkelcentra*). Le centre-ville occupe la position dominante en offrant une gamme très large de biens allant des biens de consommation courante jusqu'à ceux vendus uniquement par des commerces très spécialisés. A l'autre bout de la hiérarchie, de multiples centres commerçants de proximité offrent aux consommateurs la possibilité d'acheter des biens de consommation courante à une courte distance de leur domicile, distance parcourue aisément à pied (SPIERINGS B.,

2006, p. 603 & DASSELAAR A., 2004, p. 25). Entre ces deux niveaux hiérarchiques, les grandes villes comptent également l'un ou l'autre centre commerçant secondaire (*stadsdeelcentra*) offrant à la fois des biens de consommation courante et des biens semi-courants nécessitant une aire de chalandise comportant un grand volume de population (par exemple plus de 10 000 habitants).

Depuis les années 1950, tous les nouveaux quartiers d'habitation furent – quasi automatiquement – équipés d'un petit centre commercial de proximité et des services tels que des écoles et un centre médical (VOOGD H., 2000, p. 11). Avec l'explosion démographique qu'ont connu les Pays-Bas entre 1950 et 2000, ce développement de l'urbanisation sous forme de quartiers denses de logements unifamiliaux et/ou de petits collectifs pourvus d'une centre de services de proximité est une constance qui marque fortement l'urbanisation du pays. C'est notamment l'application de cette logique d'urbanisation par quartiers qui a permis à une majorité des ménages néerlandais d'apprécier faire ses courses dans ces mini-shopping centers locaux à une distance pedestre (IBIDEM, 2000, p. 12).

A partir des années 1960, l'arrivée de grandes surfaces commerciales accompagnée par la motorisation des ménages entraîna un risque d'une implantation de cette nouvelle forme de commerces en dehors du système hiérarchique traditionnel. Face à ce défi, au début des années 1970, le Gouvernement national a introduit des orientations très dirigistes pour limiter les développements commerciaux périphériques ou dont la taille ne respecterait pas la hiérarchie urbaine. Cette politique relative à l'urbanisme commercial s'est mise en place essentiellement par des directives dont les plans locaux d'urbanisme (les *bestemmingsplanen*) doivent tenir compte. A l'exception d'un nombre relativement limité de branches commerciales, les commerçants ne furent pas autorisés à s'installer à la périphérie. Pour permettre l'implantation de commerce offrant les assortiments jugés compatibles avec une localisation périphérique, fut créé l'outil des *Perifere Detailhandels Vestigingen* (PDV). Au départ en 1973, seuls les commerces de matériaux dangereux et explosifs et les commerces vendant des biens encombrants furent autorisés dans ces implantations périphériques (SPIERINGS B., 2006, p. 603). Derrière la dénomination biens encombrants, se cachent uniquement à cette époque les voitures, bateaux, caravanes, matériaux de construction lourds et le matériel agricole (VAN DOESBURG P., 2002, p. 264).

De plus, de 1976 à 1986, pour permettre le développement d'un PDV, une recherche détaillée de planification commerciale au niveau local devait être menée sur les effets de ces nouveaux commerces. L'autorisation n'était accordée qu'au cas où il pouvait être démontré que la hiérarchie des centres commerçants ne serait pas perturbée. En 1986, cette exigence relative à des études sur les incidences des centres commerciaux périphériques fut abandonnée car beaucoup trop onéreuse et pas particulièrement fiable (BAAR K., 2003, p. 30 et BORCHERT J., 1995, pp. 165-167).

En 1984, la catégorie des établissements commerciaux pouvant être construits au sein des PDV a été étendue afin d'y intégrer les marchands de meubles et de matériaux de construction légers (bricolage) à condition qu'il puisse être démontré qu'ils ne pouvaient s'installer dans les zones commerciales existantes. Cette extension des branches commerciales autorisées en périphérie des villes a notamment permis le développement d'IKEA aux Pays-Bas. Situé le long de l'Autoroute Hasselt-Heerlen-Aix-la-Chapelle près de la frontière allemande, le *Meubelboulevard* de Heerlen (vaste complexe commercial spécialisé dans l'équipement de la maison et comportant le plus grand IKEA du Benelux) fut ainsi accepté fin des années 1980 comme PDV pour le sud de la Province du Limbourg. Une étude préalable avait démontré que ce site était le lieu d'implantation idéal pour l'ensemble de la région. Cette préférence pour Heerlen explique pourquoi Maastricht n'a toujours aucune zone commerciale périphérique.

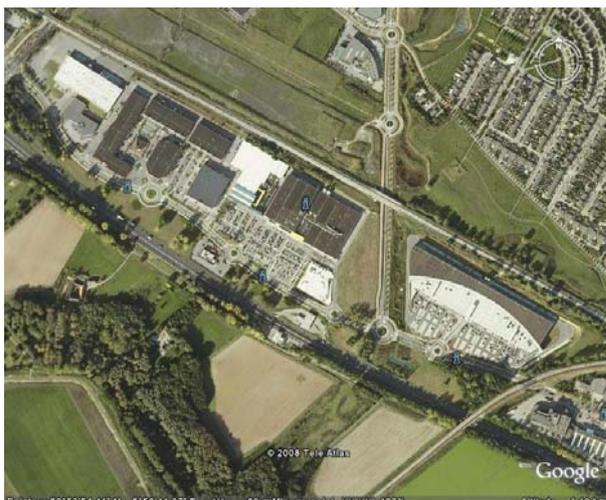
En 1993, à la suite de la quatrième note sur l'aménagement du territoire, une directive a permis la création d'implantations commerciales à grande échelle (*Grootschalige Detailhandels Vestigingen* – GDV). Cette directive concernait des complexes commerciaux ayant une zone de chalandise suprarégionale. Seules les 13 plus grandes agglomérations du pays sélectionnées dans le cadre de la *Vierde Nota* (Quatrième note sur l'aménagement du territoire) ont été autorisées à accueillir une telle implantation GDV⁶ à condition que le site retenu soit très accessible à la fois en voiture et en transport public. Pour recevoir cette autorisation, une étude d'impact au niveau régional devait être menée et démontrer l'existence d'une demande suffisante. Contrairement aux PDV, ces GDV n'étaient pas limités par le Gouvernement national à un certain nombre de branches commerciales mais bien à un seuil minimal de superficie de vente. Seuls les commerces de plus de 1 500 m² y étaient autorisés. Les magasins de taille plus réduite restaient considérés comme cruciaux pour la préservation des centres commerçants traditionnels (B. SPIERINGS, 2006, p. 603 et DASSELAAR A., 2004, p. 26). Dans le même temps, les PDV étaient étendus aux branches commerciales des tissus d'ameublement et des appareils ménagers (BAAR K., 2003, p. 30).

Concomitamment avec la mise en place de cette politique restrictive quant aux développements commerciaux périphériques, le redéveloppement des centres-villes était assuré via la coopération des autorités locales, des acteurs immobiliers et des commerçants afin de maintenir et renforcer le fonctionnement économique de la tête du système commercial. Des montants financiers très importants furent investis dans les années 80 et 90 pour améliorer à la fois la structure fonctionnelle et la forme physique des centres-villes (B. SPIERINGS, 2006, p. 604). De ce fait, au sein des villes néerlandaises, est née une culture de coopération étroite entre la sphère publique liée à l'aménagement du territoire et le monde de la promotion immobilière.

Figures 1 et 2 : Photos aériennes du *Meubelboulevard* d'Heerlen (Exemple de PDV)



⁶ Il s'agit de Leeuwarden, Eindhoven, Amsterdam, Utrecht, La Haye, Tilburg, Maastricht/Heerlen, Zwolle, Arnhem/Nimègue, Breda, Hengelo/Enschede, Groningue et Rotterdam.



Source : Google Earth, décembre 2008

3.2 LES STRATÉGIES ET LOIS APPLICABLES À LA LOCALISATION DU COMMERCE DEPUIS LA NOTA RUIMTE

En 2000, la commission MDW⁷ initiée par le Ministère des affaires économiques a publié une étude *Meer met Minder : Naar een nieuwe ruimtelijk beleid voor de detailhandel*⁸ afin de préparer la cinquième Note sur l'aménagement du territoire. Dans cette étude, a été mis en évidence le manque d'innovations commerciales périphériques. La politique restrictive de limitation des implantations commerciales périphérique a été jugée négativement vis-à-vis du développement économique global du pays. C'est pourquoi ce rapport a recommandé à la fois une dérégulation et une décentralisation de la politique des implantations commerciales.

Cette recommandation a été intégrée en 2001 dans le texte de la Cinquième Note sur l'aménagement du territoire au niveau national. Vu le changement de Gouvernement intervenu à l'époque, cette cinquième note n'est jamais entrée en application. Le nouveau gouvernement de centre droit a fini par adopter en 2006 la *Nota Ruimte*, une sixième note sur l'aménagement du territoire national qui contient cette logique de dérégulation et de décentralisation.

Dans la partie deux consacrée aux villes, à la campagne et à l'accessibilité, le commerce est traité dans un thème ayant pour objectif de : « Concentrer l'urbanisation et les activités économiques ». Le point 2.3.2.6 de la *Nota Ruimte*⁹ met fin à la fois à la politique ABC visant à mettre la bonne entreprise au bon endroit et aux règles nationales relatives aux implantations commerciales périphériques (PDV) et de grande surface (GDV). « *La politique de localisation des entreprises (politique ABC) et celle pour les implantations commerciales périphériques et de grande surface (politique PDV / GDV) sont remplacées par une politique intégrale de localisation des entreprises et des équipements. (...) Cette politique de localisation est maintenant décentralisée vers les provinces et - dans la mesure où cela relève de questions sous-régionales – vers les WGR-plusregio* ». C'est donc désormais aux Provinces et aux réseaux urbains / métropolitains (WGR-plusregio) à fixer les orientations politiques relatives à la localisation du commerce.

⁷ C'est-à-dire la commission *Marketwerking, Deregulering et Wetgevingskwaliteit* (Fonctionnement du marché, dérégulation et qualité de la législation)

⁸ Plus avec moins : Vers une nouvelle politique spatiale pour le commerce de détail.

⁹ Voir le document : www2.vrom.nl/notaruimte/0202030206.html

Le choix de mettre fin à la politique restrictive antérieure relative aux commerces est justifié par l'argument suivant tiré de l'analyse du groupe de travail MDW : « *La politique de localisation menée précédemment est évaluée comme ayant contribué à l'existence aux Pays-Bas, contrairement à l'étranger, d'une offre réduite en magasins de grande distribution* ».

L'objectif de la nouvelle politique de localisation du commerce est de fournir un lieu d'implantation optimal de façon à contribuer au renforcement des villes et des villages. Pour ce qui est de la « bonne » place, le gouvernement ne peut donner aucune recette, mais bien un certain nombre de règles qui définissent la qualité de base attendue à ce sujet.

La politique de localisation repose désormais sur trois objectifs très vagues :

- le développement économique : le fait de fournir suffisamment de sites appropriés pour les activités commerciales notamment ;
- l'accessibilité : l'usage optimal de toutes les options de transport pour les personnes et de marchandises par route, par chemin de fer et par eau (sans priorité clairement exprimée à l'égard des alternatives à la voiture) ;
- la qualité de vie : une haute qualité de la conception architecturale et de l'intégration des activités urbaines dans le paysage, une structure de détail dense utilisant le sol de façon parcimonieuse, un mélange des fonctions et une haute qualité de l'environnement (sécurité, émissions et bruit).

Par rapport aux notes précédentes, la *Nota Ruimte* insiste donc surtout sur la nécessité de disposer d'une offre foncière suffisante pour répondre aux besoins des activités économiques, en ce compris le commerce de détail. Les provinces et municipalités doivent désormais veiller à assurer qu'une gamme suffisamment variée de sites existe. Les nouvelles implantations commerciales ne peuvent toutefois pas se faire au détriment de la structure du commerce de détail existante tant au niveau des centres-villes que des noyaux commerçants de quartier.

De plus, la *Nota Ruimte* continue à mettre l'accent sur la nécessaire mixité des fonctions. Elle critique ainsi la séparation spatiale croissante entre les lieux de travail et la résidence. Le commerce de détail ainsi que le bureau et les autres services intensifs sur le plan spatial et sur celui du nombre de visiteurs sont jugés comme des fonctions qui, évidemment, doivent pouvoir trouver leur place dans les tissus urbains aux côtés du logement, en particulier là où une bonne accessibilité existe. Lorsque la taille de l'implantation, le danger ou la gêne causés par l'entreprise ou l'installation le permettent, la mixité entre logement et activité économique mérite la priorité. Cette préférence pour la mixité entre résidences et espaces de travail (tels que le commerce de détail) est justifiée à nouveau par le fait qu'elle favorise l'usage de la marche et du vélo. Toutefois, la *Nota Ruimte* souligne l'existence de commerces et d'entreprises qui, de par leur nature, peuvent difficilement s'insérer dans les centres urbains ou dans les quartiers résidentiels. A cet égard, il est jugé important de veiller à ce que de l'espace reste disponible pour ce type d'activités.

Vu la suppression de la politique nationale des PDV/GDV et vu la décentralisation vers les provinces de la politique de localisation du commerce depuis la *Nota Ruimte*, il est nécessaire de s'intéresser aux intentions émises à cet égard par ce niveau de pouvoir : le Limbourg néerlandais.

4. LES INTENTIONS DU POL 2006 RELATIVES AU COMMERCE

Dans son POL 2006, La Province du Limbourg néerlandais présente des intentions précises en matière de localisation du commerce, en comparaison du SDER et de tous les autres plans stratégiques des régions voisines étudiés dans le cadre de l'Expertise veille préparatoire à la révision du SDER.

Le POL 2006 spécifie toutefois qu'au niveau provincial, aucune programmation du commerce de détail et des infrastructures urbaines de loisir n'est prévue. Les villes et communes doivent s'occuper de l'extension du commerce de détail avec prudence. L'accent doit être mis sur l'amélioration de la qualité et sur le renforcement de la structure du commerce de détail. De nouveaux développements peuvent notamment être rendus possibles par le réagencement de l'offre, voire via une opération d'assainissement.

En cas de projets importants pour ce type de commerce ou d'infrastructure urbaine de loisir, la Province souhaite que les communes établissent un rapport d'incidences économiques afin de parvenir à une évaluation soigneuse. Cela s'inscrit dans la volonté de garantir l'existence d'une bonne structure dans les quartiers et dans les centres. Si les effets dépassent les limites communales, une harmonisation est nécessaire vis-à-vis des communes concernées (POL, p. 5.3-9).

Au point consacré à la volonté de mettre la bonne entreprise sur le site adéquat (POL, p. 5.3-12), il est expliqué comment éviter que la vitalité du cœur des villes, des quartiers et des centres ne soit affectée par le développement de nouveaux commerces de détail et de nouvelles infrastructures de loisir de grande dimension implantés à la périphérie. Cette logique s'inscrit dans la volonté de porter une attention particulière à la mobilité dans les choix d'implantation. Selon le POL 2006, les entreprises et équipements accueillant un grand nombre de travailleurs et de clients méritent de préférence une place au voisinage d'un nœud du réseau de transport en commun. Ce faisant, la Province du Limbourg néerlandais s'inscrit dans la lignée de la politique ABC visant à mettre en correspondance profil de mobilité des activités et profil d'accessibilité des lieux, cela sans y faire concrètement référence.

Le POL expose la localisation optimale du commerce dans les pôles urbains, d'une part, et dans les espaces ruraux, d'autre part (POL, pp. 5.3-14 à 16).

Pour les pôles urbains, il convient d'aboutir à un équilibre entre le commerce de détail dans le centre des villes, la structure d'approvisionnement des quartiers et les grands commerces de détail situés en périphérie sur les zones de services urbains. Pour les centres-villes, le POL 2006 évoque comme fonction principale celle liée aux loisirs, aux magasins comparatifs (en anglais, on parle de *fun shopping* pour ce commerce incitant à la flânerie, celui-ci étant opposé au *run shopping* de la périphérie). Les quartiers d'habitat doivent offrir des emplacements destinés à l'accueil d'un équipement commercial à part entière pour les achats quotidiens (avec les centres commerçants secondaires et les centres de quartier). On peut donc dire que le POL 2006 porte une attention soutenue au maintien / développement du commerce de proximité en milieu urbain.

Les zones de services urbains offrent uniquement de l'espace aux fonctions commerciales destinées aux achats moins fréquents et plus ciblés sur des produits de nature volumineuse rendant ces grandes surfaces moins faciles à intégrer dans les espaces commerçants traditionnels. Sont ainsi spécifiés les commerces de grande taille (1 000 m² ou plus) pour l'achat dans le domaine de la maison (décoration, mobilier, gros électroménager, jardinage, bricolage...), des transports et des loisirs.

Pour la localisation des mégasupermarchés (appellation correspondant approximativement aux hypermarchés, le seuil de surface de vente minimum étant fixé dans ce cas à 3 500 m²), la préférence va vers les centres commerçants secondaires (les *stadsdeelcentra*) ou vers les abords des centres-villes, moyennant l'intégration de ces équipements au point de vue de l'espace et de la circulation.

Les infrastructures urbaines de loisirs seront aussi localisées de préférence dans la zone urbaine centrale. Des limitations spatiales (c'est-à-dire un manque d'espace) et des problèmes d'insertion peuvent toutefois permettre de localiser certaines de ces activités sur des zones de services urbains. Les quartiers d'habitat offrent aussi des emplacements pour

des initiatives de petite dimension telles que des centres de fitness et de petites occasions de sortie (restaurants, cafés...).

En ce qui concerne les espaces ruraux, les commerces de détail et supermarchés de dimension limitée à rayonnement local peuvent s'établir dans le centre des villages. Les grands commerces d'envergure régionale peuvent aussi s'implanter dans six centres importants clairement nommés de cet espace rural. Parmi ces six centres figurent trois localités proches de la frontière belge : Gulpen, Valkenburg et Vaals. Toutefois, ces grands équipements commerciaux ne peuvent constituer une menace pour la vitalité du commerce dans les pôles urbains proches. Un point essentiel de cette politique de localisation est que l'ensemble de ces magasins doit être implanté au sein du tissu aggloméré.

Les commerces ne sont par contre pas prévus dans les zones d'activités locales sauf un certain nombre de catégories spécifiques : matériaux de construction, machines agricoles, matières inflammables et explosives, voitures d'occasion. On peut aussi prévoir de l'espace pour permettre le déménagement à courte distance de diverses activités commerciales déjà implantées localement : les concessionnaires autos, les centres de jardinage – bricolage et les magasins de coopératives agricoles. Dans les six centres importants de l'espace rural, ces zones d'activités peuvent également accueillir, dans une mesure limitée, des commerces de ces mêmes secteurs se transférant depuis les environs (donc dans une vision supralocale). Dans ce cas, aucune menace ne doit être exercée à l'encontre de l'équipement commercial dans les pôles urbains proches.

Signalons qu'un complément du POL (*POL-aanvulling*) adopté en 2004 est consacré partiellement à une stratégie de localisation du commerce au sein de la Province du Limbourg¹⁰. Son titre *Diensten en locaties* couvre en fait trois types de services : le commerce, les loisirs et le bureau. Ses intentions sont assez similaires à celles exposées ci-avant dans le POL 2006 tout en étant bien plus précises. Il contient notamment une approche plus sous-régionale de cette stratégie (confirmation de la vocation touristique et de *fun shopping* du centre ville de Maastricht / vocation du pôle de Heerlen comme centre commercial dévolu à l'équipement de la maison).

Pour appuyer sa propre politique et aider les communes dans le cadre des décisions à prendre touchant les implantations commerciales, la Province du Limbourg a aussi mis sur pied un monitoring du commerce de détail dans l'ensemble de son territoire (*Detailhandelsmonitor Limburg 2006*)¹¹. Au travers de ce document, la Province a quantifié pour 2006 les superficies commerciales et le nombre de points de vente par sous-région (chacune des sept agglomérations + l'espace campagnard). Ces mêmes comptages ont été ventilés par assortiment et par type de localisation (centre-ville, polarités secondaires et noyaux commerçants de quartier - regroupés sous le vocable *ondersteunende centra* -, zone d'activités économiques ou implantation solitaire...). Une évolution 2002/2006 et une évolution 2005/2006 ont même été calculées selon ces diverses distributions.

5. ASPECT NORMATIF LIÉ À L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Le plan communal d'urbanisme (*bestemmingsplan*) établi par la commune est le seul plan opposable à une demande de permis de construire. La loi sur l'aménagement du territoire (Wro) oblige chaque commune à adopter des plans communaux d'urbanisme (l'équivalent des PCA wallons) pour l'ensemble de leur territoire. Ces plans règlent la localisation et la nature de ce qui est construit ou aménagé. De nature réglementaire, ils contiennent notamment des prescriptions tenant à la nature des constructions (hauteur, profondeur, alignement, étages, coefficient d'occupation des sols) et à l'utilisation des constructions

¹⁰ Voir le site : http://portal.prvlimburg.nl/poldigitaal/documenten/1714/POL_aanvulling_Diensten_en_locaties.pdf

¹¹ Voir le site : <http://www.limburg.nl/upload/pdf/Detailhandelsmonitor%20Limburg%202006.pdf>

(destination, par exemple la destination « commerce de détail à l'exception du commerce de détail de produits volumineux »). Les règles opposables spécifiquement aux implantations commerciales figurent dans cette dernière catégorie : les prescriptions relatives à l'utilisation des édifices (VAN DOESBURG P., 2002, pp. 265-266).

Les communes sont en principe libres dans le choix du contenu du plan, mais seulement dans la mesure où les restrictions à la liberté de construire qu'il édicte sont « nécessaires à un bon aménagement spatial » conformément à l'article 10 de la loi sur l'aménagement du territoire (Wro). Cette exigence entraîne deux conséquences : d'une part, les choix effectués dans le plan doivent relever de considérations d'aménagement ou d'urbanisme et, d'autre part, les limitations à la liberté de construire ne sont admises que dans la mesure où elles sont nécessaires et proportionnées. Selon P. VAN DOESBURG, « *les limitations en fonction du lieu d'habitation des salariés ou des clients sont légales, parce qu'elles influencent les déplacements et à ce titre les choix d'aménagement. De la même façon, les règles établies dans les plans ne doivent pas avoir pour objectif la régulation de la concurrence, mais peuvent avoir pour objet d'éviter que la concurrence exercée par une nouvelle implantation ne perturbe excessivement le tissu urbain existant* » (p. 266).

Ajoutons que les questions liées à l'accessibilité des commerces « relèvent notamment du plan communal d'urbanisme qui, pour établir des zonages aux destinations spécifiques, tient compte de la nature et de la qualité des dessertes (transport en commun, pistes cyclables, accessibilité pédestre, etc.). Les commerces attirant une clientèle nombreuse ne sont en général autorisés que dans des zones convenablement desservies par les transports en commun ou accessibles à pied. De façon générale, aux Pays-Bas, les problèmes de déplacement ont une grande importance et sont pris en compte de façon très rigoureuse. L'un des objectifs majeurs de cette prise en compte est la réduction du nombre des déplacements effectués en voiture » (IBIDEM, 2002, p. 271).

6. EVALUATION DE LA POLITIQUE MENÉE

Au niveau national, deux études relatives à l'évaluation de la politique néerlandaise de localisation du commerce sont à signaler. Tout d'abord, rappelons l'étude de la Commission MDW intitulée *Meer met Minder : Naar een nieuwe ruimtelijk beleid voor de detailhandel*. Cette critique de la politique néerlandaise de localisation du commerce de détail antérieure à la *Nota Ruimte* prône une approche plus libérale à ce sujet.

Cette même Commission MDW a réalisé une seconde étude (rapport *Binnenstaddistributie*) traitant des difficultés rencontrés par les acteurs du secteur du commerce et de l'immobilier commercial dans les centres-villes. Lors de cette étude, il semble que diverses pistes ont été dégagées (IBIDEM, 2002, p. 271).

Notons également l'existence d'une étude intéressante sur les cellules vides dans les noyaux commerçants principaux aux Pays-Bas réalisée conjointement par le bureau d'étude Locatus et la Faculté des Sciences spatiales de l'Université de Groningen (DASSELAAR A., 2004).

7. ATTITUDE VIS-À-VIS DE LA CAPTATION / L'ÉVASION DU POUVOIR D'ACHAT PAR DELÀ DES FRONTIÈRES

7.1 LES PROJETS COMMERCIAUX DESTINÉS EXPLICITEMENT À CAPTER LE POUVOIR D'ACHAT DES CLIENTS ÉTRANGERS

Contrairement à la France, à la Belgique et au Grand-Duché, les autorités néerlandaises ont jusqu'ici très peu cherché à attirer les clients situés au-delà des frontières par le développement de grands hypermarchés ou centres commerciaux implantés à la périphérie

des pôles urbains à proximité des frontières. Les néerlandais préfèrent attirer les chalands étrangers au sein de leurs centres-villes en jouant sur l'attraction exercée par la qualité des aménagements et des enseignes qui y sont présentes. La stratégie de la Ville de Maastricht illustre parfaitement cette logique. Toutefois, il existe quelques exceptions à cette politique.

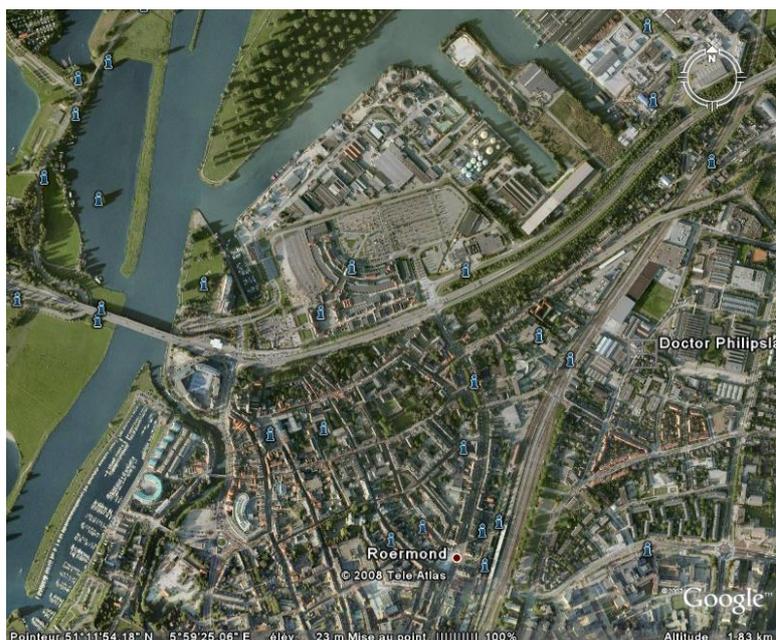
Signalons tout d'abord le cas du *Woonboulevard* de Heerlen. Ce dernier est situé le long de l'autoroute E314 Bruxelles – Hasselt - Aix-la-Chapelle à peine à 10 km de la frontière allemande. Cette zone, autorisée fin des années 1980 en tant que PDV et aménagée à partir de 1991, accueille depuis 1994 un IKEA de 20 000 m² et une cinquantaine de moyennes et grandes surfaces dédiées au meuble, au bricolage et à la décoration ainsi que quelques restaurants¹². En tout, la surface commerciale de ce pôle dédié à l'équipement de la maison approche les 120 000 m² depuis l'extension de l'IKEA en 2008 jusqu'à 35 000 m². Vu sa situation, sa zone de chalandise dépasse largement les frontières nationales. Ce pôle est largement destiné à attirer les consommateurs allemands de la région d'Aix-la-Chapelle. Le site internet du *Woonboulevard Heerlen* est d'ailleurs bilingue néerlandais/allemand¹³. Secondairement, les habitants du centre-est de la Province du Limbourg belge et ceux de l'extrême nord-est de la Province de Liège sont aussi concernés par cette polarité car ils y trouvent l'IKEA le plus proche de leur domicile. Vu que ce pôle périphérique est dédié à l'équipement de la maison et qu'il est accolé directement à un des principaux pôles urbains de la province, il n'est pas en contradiction avec les principes guidant la localisation du commerce de détail aux Pays-Bas.

Un des rares exemples de pôle commercial périphérique non dédié spécifiquement à l'équipement de la maison est le *Designer Outlet Roermond*. Avec l'*Outlet mall* de Lelystad dans la province du Flevoland, il s'agit d'un des deux *outlet centers* acceptés à ce jour aux Pays-Bas (DASSELAAAR A., 2004, p. 26). Sans doute, dans le cas de Roermond, la localisation à proximité de la frontière avec l'Allemagne et la proximité de la Ruhr et de ses 14 millions d'habitants a permis de légèrement contourner les principes dirigistes de l'aménagement du territoire néerlandais. Ce magasin d'usine a été développé il y a une dizaine d'années par McArthurGlen. Depuis sa récente extension (2006) de 10 000 m², il couvre un total de 28 000 m². De ce fait, il est le plus grand magasin d'usine de l'Euregio Meuse-Rhin. Il contient plus de 100 boutiques dédiées essentiellement à l'équipement de la personne (habillement, chaussures, lingerie) et, de façon secondaire, à l'équipement de la maison et à la restauration¹⁴. Situé sur une ancienne zone portuaire, il n'est séparé du centre ancien de la ville voisine que par la route rapide menant de Eindhoven vers le Sud de la Ruhr via Mönchengladbach. L'hypercentre de Roermond et sa gare sont distants de moins de 800 m de ce site. On peut comprendre que cette très grande proximité avec l'hypercentre a pu permettre à la commune de Roermond de donner son autorisation pour un tel projet monofonctionnel périphérique orienté vers l'équipement de la personne. Face à cette réelle entorse aux principes dirigistes de la politique néerlandaise de localisation du commerce, le fait de capter un grand volume de pouvoir d'achat par delà les frontières fut sans doute un argument valable aux yeux des autorités de tutelles provinciale et nationale.

¹² Voir les sites : www.3wwinkelen.nl/3wwinkelen/projecten/project.asp?id=33 et www.woonboulevardheerlen.nl

¹³ Voir le site : <http://www.woonboulevardheerlen.nl/index.php?language=de>

¹⁴ Voir le site : <http://www.designer-outlet-roermond.com>

Figure 3 : Photo aérienne du *Designer Outlet Roermond*

Source : Google Earth, 2008

7.2 LES ÉTUDES MENÉES SUR LE THÈME DES ACHATS TRANSFRONTALIERS

Si les complexes commerciaux périphériques visant spécifiquement à capter le pouvoir d'achat situé par delà des frontières sont rares aux Pays-Bas, le thème des déplacements transfrontaliers des consommateurs est un sujet qui semble intéresser fortement les Néerlandais. Ainsi, un article scientifique traitant ce sujet pour la région frontalière germano-néerlandaise proche de Nimègue (SPIERINGS B. ET VAN DER VELDE M., 2008, pp. 497-505). replace ce problème dans son contexte européen¹⁵. Il met en évidence les facteurs qui encouragent ou découragent cette mobilité transfrontalière. Sont ainsi évoquées des différences rationnelles (produits spécifiques, différences de prix liées aux niveaux de taxation, aux politiques des chaînes commerciales...) et des différences émotionnelles (le fait de se sentir chez soi, en situation familière...).

Par ailleurs, les chambres de commerce du Sud et du Nord-Limbourg, la Province du Limbourg et ses sept principales villes ont confié au bureau d'étude BRO une étude intitulée *Grenzeloos winkelen 2007* (DROST M. et al., 2007)¹⁶. Cette problématique a été analysée au travers d'une large enquête menée auprès de résidents néerlandais (tant des diverses sous-régions de la Province du Limbourg que des régions d'Eindhoven et de Nimègue) ainsi qu'auprès des résidents belges et allemands des sous-régions proches du Limbourg. En tout, cette enquête a porté sur 7 500 personnes dont 600 Liégeois.

Cette étude datant de 2007 (mais qui vient d'être réactualisée en 2009¹⁷) a procédé à une estimation de la proportion de personnes effectuant des achats transfrontaliers, de leur

¹⁵ Soulignons que cet article met en évidence combien ce phénomène de clients transfrontaliers touche grandement la population résidant en Belgique, au Luxembourg, en Autriche, en Slovaquie, en Slovénie et au Danemark. Les Pays-Bas, comme la France et l'Allemagne dans leur ensemble, semble en moyenne moins touché par ce phénomène, ce qui est normal vu leur grande taille et/ou vu que le littoral constitue une large part de leurs frontières.

¹⁶ Voir le site : http://portal.prvlimburg.nl/psonline/documenten/64689/grenzeloos_winkelen_limburg_2007

¹⁷ Voir le site : http://www.kvk.nl/regio/limburg/Images/Monitor%20Grenzeloos%20Winkelen%202009_tcm48-192705.pdf

fréquence et des montants dépensés. De là, a débouché une quantification des flux transfrontaliers dans chaque sens et un calcul du solde (qui perd et qui gagne ?). Des réponses ont ensuite été apportées aux questions suivantes : Quels sont les lieux fréquentés par delà les frontières par ces acheteurs particuliers (centre-ville vs centre commercial périphérique) ? Quelles sont les raisons qui expliquent ces déplacements d'achats transfrontaliers ?

Entre les trois pays étudiés, les estimations fournies (en millions d'euros) des flux liés aux achats transfrontaliers figurent dans le tableau suivant :

Tableau 1 : estimations des flux liés aux achats transfrontaliers autour de la Province du Limbourg néerlandais (en millions d'euros)

Vers le pays	Du pays			
	Pays-Bas	Belgique	Allemagne	Total
Pays-Bas	838	210	659	1 707
Belgique	151	179	67	397
Allemagne	194	68	243	505
Total	1 182	456	970	2 608

Source : DROST M. et al. , 2007, p. 12

Ce tableau met en évidence que les flux à la frontière belgo-néerlandaise sont en faveur des Pays-Bas mais que le déficit n'est pas démesuré entre les deux sens (210 millions d'euros contre 151, soit un écart de 28 %). Les Néerlandais sont également bénéficiaires vis-à-vis de l'Allemagne. Dans ce cas, le déséquilibre des flux est toutefois bien marqué (659 millions d'euros contre 194, soit un écart de plus de 70 %). Notons que cette étude semble indiquer que les flux à la frontière germano-belge sont quasi équilibrés (IBIDEM, p. 12).

Quand on ventile ces flux à une échelle sous-régionale, on se rend compte que les centres commerçants des régions de Roermond, Venlo, Maastricht et Heerlen sont les quatre grands gagnants de ces flux transfrontaliers. A l'autre échelle, après diverses sous-régions allemandes, la région liégeoise est l'une des sous-régions qui souffrent d'un déficit dans la balance des échanges transfrontaliers. Les habitants des autres sous-régions (y compris de la Province du Limbourg belge) y dépenseraient 98 millions d'euros tandis que les Liégeois dépenseraient 139 millions d'euros dans les commerces des territoires voisins. Un déficit de 41 millions d'euros serait ainsi généré (IBIDEM, p. 16).

Au niveau des pôles commerçants les plus fréquentés par l'ensemble des répondants de cette enquête, figurent, par ordre décroissant, le centre-ville de Maastricht (28 %), le Designer Outlet Centre de Roermond (22 %), les centres-villes de Venlo (21 %), d'Eindhoven (19 %), d'Aix-la-Chapelle (14 %) et de Roermond (13 %) (IBIDEM, p. 8). Le centre commercial allemand CentrO d'Oberhausen, en plein cœur de la Rhur (10 %), le Woonboulevard de Heerlen (10 %) et le magasin d'usine Maasmechelen Village, au centre-est du Limbourg belge (8 %) sont également fort fréquentés par les répondants. Le centre-ville de Liège n'est apparemment fréquenté que par 3 % des répondants non liégeois. De la sorte, il arrive bien loin derrière le centre-ville de Hasselt (8 %) et juste derrière ceux de Genk (4 %), Lommel et Maasmechelen (3 % chacun). Avec ses trois pourcents, il dépasse de peu le centre de Eupen (2 %), le pôle du Cora de Rocourt (2 %) et le pôle IKEA de Hognoul (1 %). Tout en bas de l'échelle, le centre-ville de Verviers, le centre commercial Belle-Ile à Liège, le centre de magasins d'usine Ardennes Outlet Center à Verviers et le pôle secondaire d'Ans semblent totalement ignorés par les acheteurs transfrontaliers (0 % chacun). Ce constat est particulièrement inquiétant pour Verviers.

Si la fréquentation par les Néerlandais, les Flamands et les Allemands du centre-ville de Liège apparaît faible dans cette enquête, cela ne semble pas dû à une impression négative vis-à-vis de la qualité de l'offre commerciale présente à Liège ou de l'atmosphère de la ville

ou à son accessibilité. La partie de l'enquête consacrée à la qualité ressentie vis-à-vis de divers critères au sein des cinq principales villes de l'Euregio Meuse-Rhin ne montre pas un mauvais classement pour Liège (IBIDEM, p. 24).

C'est de loin pour les vêtements, chaussures et l'horeca que les acheteurs traversent les frontières au sein de l'espace élargi de l'Euregio Meuse-Rhin. Viennent ensuite les achats de meubles et de médias. Ce commerce transfrontalier est donc essentiellement lié à la flânerie et au tourisme d'un jour. Contrairement à ce qui est observé le long des frontières française et luxembourgeoise, les biens de consommation courante font peu souvent l'objet d'achats transfrontaliers.

8. PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ

Avant de décrire quelques exemples de partenariats public-privé au centre-ville de Maastricht, il est nécessaire de décrire le contexte dans lequel ils s'inscrivent. Il faut savoir que Maastricht, comme beaucoup de grandes et moyennes villes néerlandaises, s'est dotée d'une stratégie en matière d'implantations commerciales¹⁸.

8.1 LA POLITIQUE DU COMMERCE DE DÉTAIL À MAASTRICHT

8.1.1 La *Detailhandelsnota*

La politique de la ville de Maastricht en matière d'implantations commerciales fait l'objet d'une note régulièrement revue lorsque le besoin s'en fait sentir. L'actuelle stratégie fait l'objet de la *Detailhandelsnota 2008*¹⁹. Cette Note communale sur le commerce de détail sert de cadre pour orienter le développement spatial du commerce à Maastricht. La précédente note date de 2000²⁰.

Notons que cette Note relative au commerce de détail s'appuie sur d'autres notes touchant de façon périphérique au secteur commercial :

- une lettre concernant le City marketing (visant à améliorer la réputation internationale de la ville et à y attirer plus de visiteurs²¹ et d'investisseurs) ;
- la politique de parking et la politique de mobilité ;
- la vision spatiale de Maastricht en 2030 (*Stadsvisie 2030*) ;
- une note consacrée à l'Horeca (Horecanota 2008) visant notamment à assurer la compatibilité entre le développement de cette fonction et celle de l'habitat (gestion du bruit, sécurité...)...

L'actuelle note, rédigée par le bureau d'étude BRO (BOEKESTEIJN A. ET BERVOETS R., 2008), décrit en premier lieu la structure spatiale actuelle du commerce de détail à Maastricht. L'offre totale commerciale comporte 223 800 m² de surface de vente répartis dans 1 153 points de vente. Dans ce total, 40 800 m² sont occupés par du commerce de biens de consommation courante et 183 000 m² par les biens de consommation non courants²². Le

¹⁸ Voir notamment pour Heerlen : www.heerlen.nl/smartsite.dws?id=27083

¹⁹ Voir le site : www.maastricht.nl/maastricht/show/id=331658

²⁰ Voir le site : www.maastricht.nl/maastricht/servlet/nl.gx.maastricht.client.http.GetFile?id=101223&file=27-2000-Raadsstuk.pdf

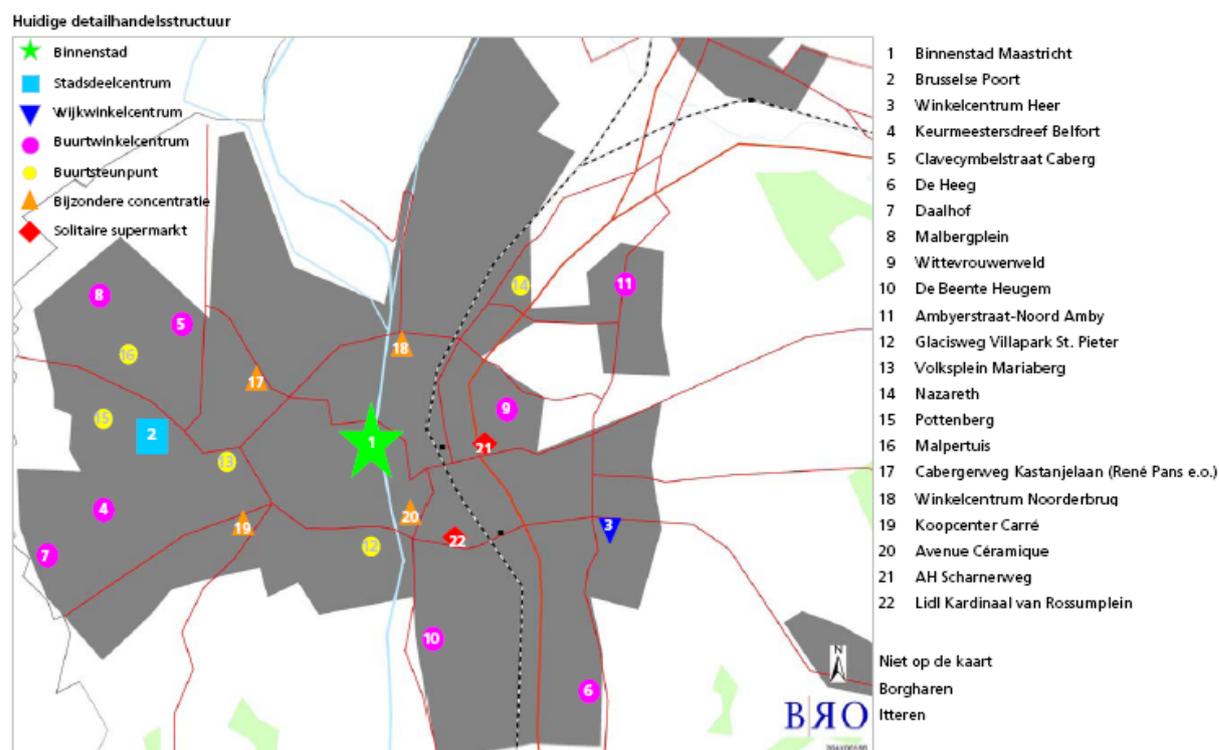
²¹ Maastricht se vante ainsi d'être la seconde ville la plus visitée des Pays-Bas après Amsterdam. Elle aurait ainsi accueilli 18,5 millions de visiteurs en 2006 (BOEKESTEIJN A. ET BERVOETS R., 2008, p. 9).

²² Dans ce secteur des biens de consommation non courante, les branches du vêtement et de la mode ainsi que celui de l'art et des antiquités sont surreprésentées par rapport aux autres villes tandis que ceux des sports, des médias, du jardinage et de l'équipement de la maison sont au contraire sous-représentés.

rôle de chacun des 22 pôles qui composent cette structure est exposé. Cette description fait la part belle au centre-ville (étendu jusqu'aux limites de l'enceinte urbaine du 17^e siècle et au quartier de la gare). Cette ville intérieure est amenée à concentrer l'essentiel de l'activité commerciale, en particulier celle relative à l'équipement de la personne et à l'Horeca. Secondairement, les commerces de biens de consommation courante et les commerces de petits articles d'équipement de la maison y sont aussi privilégiés.

A côté de cette forte polarité que la ville cherche sans cesse à renforcer, la structure commerciale de la ville compte un grand nombre de polarités secondaires de proximité essentiellement tournées vers les biens de consommation courante inscrites au sein même des quartiers d'habitat. Dans ces polarités secondaires, on retrouve une ou plusieurs grandes surfaces alimentaires accompagnées souvent, mais pas toujours, de petites surfaces commerciales de proximité (boulangerie, librairie, boucherie...). La *Detailhandelsnota 2008* distingue dans ces polarités secondaires différents niveaux hiérarchiques. Deux noyaux (*Brusselse Poort* à l'Ouest et le *Winkelcentrum Heer* à l'Est) sont en partie également dévolus à l'équipement de la personne. Remarquons que ces deux noyaux commerçants sont situés le long des pénétrantes urbaines traditionnelles du 19^{ème} siècle (la route vers Bruxelles et celle vers Aix-la-Chapelle), c'est-à-dire des axes très bien desservis par les transports en commun menant vers les quartiers urbains voisins et vers les localités périurbaines proches. Dans la quasi-totalité des autres polarités, ce sont les grandes surfaces commerciales dédiées aux biens de consommation courante qui dominent largement. Souvent, ces polarités se résument d'ailleurs à un petit regroupement de ce type de commerces, voire à un supermarché isolé.

Figure 4 : Structure spatiale du commerce de détail de Maastricht



Source : BOEKESTEIJN A. ET BERVOETS R., 2008, p. 6

Le plus intéressant est de voir que la dispersion de ces polarités au sein des zones d'habitat permet à plus de 95 % des logements présents sur le territoire de la Ville de Maastricht d'être situés à moins de 700 mètres d'au moins une d'entre elles. Plus de 80 % des logements sont même sans doute situés à moins de 500 mètres d'une de ces polarités. Cette très forte mixité entre logements et commerces fait clairement partie de la stratégie de localisation du commerce de la Ville de Maastricht. Même dans un quartier de construction

récente comme celui de De Heeg en périphérie sud-est de la ville, la polarité commerciale qu'il contient a été planifiée par les services de l'urbanisme de la ville dans le même temps que le reste de l'urbanisation. Du centre vers la périphérie de ce quartier, on y observe donc :

- des immeubles comprenant rez commerciaux et appartements aux étages bordant la place autour de laquelle s'organise cette polarité commerciale ;
- des maisons unifamiliales mitoyennes avec petit jardin sur le reste de l'espace.

Cette conception de l'urbanisation périphérique des villes, très fréquente aux Pays-Bas, vise clairement à maximiser le recours au vélo et à la marche à pied pour les déplacements liés au motif achats et à éviter les nombreux désagréments induits par la dépendance à la voiture (espaces perdus dans les parkings, embouteillages, bruit, CO₂, besoins accrus en infrastructures routières...). L'opération *Wonen boven winkels Maastricht*²³, visant à reconverter sous forme de logements pour étudiants et jeunes ménages les étages vides au dessus des commerces du centre-ville de Maastricht, participe à cette logique de mixité étroite entre commerce et habitat. De même, elle s'inscrit dans le droit fil de la politique de la ville compacte prônée par l'Etat néerlandais.

Notons que la structure actuelle du commerce de détail à Maastricht ne comporte aucune grande zone commerciale dédiée à l'équipement de la maison. Ceci s'explique sans aucun doute par le choix adopté au niveau provincial il y a une vingtaine d'années d'accorder la préférence à la ville de Heerlen pour l'accueil du PDV pour la région du Sud-Limbourg. Néanmoins, une des polarités secondaires située au nord-ouest, en bordure directe de la ville historique (De Cabergerweg-Kastanjelaan) est dévolue à l'équipement de la maison et au bricolage.

50 000 m² de surfaces commerciales présentes sur la ville de Maastricht sont toutefois situés en dehors des noyaux commerçants identifiés sur le schéma de la structure spatiale du commerce de détail de Maastricht. Cette offre située pour une large partie au sein des zones d'activités (*bedrijventerreinen*) et dans des zones de service urbain (*stedelijk dienstterreinen*) se rapporte aux secteurs du commerce d'équipements automobiles, de matériaux de construction, du jardinage...

Pour chaque branche commerciale, une estimation des possibilités d'extension de l'offre commerciale est tracée en vue de l'horizon 2015. Pour les articles de consommation courante, les possibilités d'extension sont estimées entre 3 700 et 4 200 m², tenant compte notamment de la légère baisse attendue de la population. Pour les biens de consommation non courante, les prévisions sont comprises entre 45 000 et 50 000 m² (IBIDEM, pp. 18-19). Ces chiffres sont justifiés par la sous-représentation de certaines branches commerciales dans l'agglomération de Maastricht en comparaison des autres villes de la province. Ces manques sont bien évidemment liés à l'absence, jusqu'à présent, de pôle GDV ou PDV dans cette ville. L'équipement de la maison est ainsi concerné par un accroissement attendu de la surface compris entre 16 500 et 24 000 m². Pour le bricolage, l'estimation des besoins varie entre 8 700 et 10 200 m² ; entre 7 500 et 8 300 m² pour le jardin et entre 4 700 et 6 000 m² pour l'électroménager + hifi/vidéo (*bruin- en witgoed*). Un manque est aussi perçu pour le commerces de bicyclettes et d'articles de sport (2 000 m² chacun environ) et pour les jouets (près de 1 000 m²).

²³ *Wonen boven winkels Maastricht NV* est une société anonyme résultant d'un partenariat entre la Ville de Maastricht, l'Université de Maastricht et la société coopérative de logement "social" Woonpunt. Elle rachète ou reprend par bail emphytéotique les étages des commerces présents dans le centre-ville, réaménage ces espaces et leurs accès avant de les louer à une population peu dépendante de la voiture cherchant la proximité du centre-ville et de son animation. Pour plus d'informations à ce sujet, voir les sites : www.wonenbovenwinkels.nl/, www.iewonline.be/spip.php?article2414 et www.wonenbovenwinkelsnederland.nl/

A la suite de ces estimations, une spatialisation des lignes directrices est fournie par cette *Detailhandelsnota*. Dans le centre-ville, aucun nouveau gros projet commercial supplémentaire n'est prévu (après la récente inauguration des complexes Entre Deux et Mosae Forum – Voir ci-après au point 8.2).

Par contre, dans la très proche périphérie de cet hypercentre, un grand projet immobilier multifonctionnel est prévu dans la partie Nord-Nord-Ouest de la ville (projet Belvédère). Dans ce vaste projet à cheval sur l'intramuros et sur l'extramuros, la partie intramuros, correspondant au site de l'ancienne usine céramique Sphinx, devrait accueillir un grand centre commercial. C'est à cet endroit situé à environ 500 mètres de la Grand-Place et des principales rues commerçantes, que la ville de Maastricht veut accueillir son pôle GDV (*Grootschalige Detailhandelsvestiging*). Dans ce nouveau centre commercial, les branches suivantes sont prévues : le sport, les jouets, l'électroménager, le hifi/vidéo, les médias... De l'Horeca et des loisirs commerciaux sont également envisagés. Ce projet est destiné à avoir un rayonnement régional.

Une polarité de type PDV est également envisagée. Il devrait s'agir d'un grand centre commercial de 40 à 50 000 m² orienté vers l'équipement de la maison (cuisines, sanitaires, mobilier...), vers le bricolage, le jardinage et les matériaux de construction. Même si la précédente Note sur le commerce de détail envisageait déjà en 2000 la création d'un tel PDV, l'actuelle note ne fixe toujours pas la localisation précise du site concerné. Il est juste indiqué qu'il prendra place en rive droite de la Meuse à proximité de l'autoroute A2, c'est-à-dire de la E25.

Concernant les centres commerçants secondaires et de quartier, les ambitions restent modestes, excepté pour le pôle secondaire majeur qu'est le quartier de la *Brusselse Poort*. Cette modestie s'explique sans doute par la faiblesse de l'évolution démographique attendue les années prochaines à Maastricht.

8.1.2 La Conventen Integrale Aanpak Kernwinkelgebied Maastricht²⁴

La *Conventen Integrale Aanpak Kernwinkelgebied Maastricht* est une convention adoptée en 1999 par la Ville de Maastricht à l'occasion d'une vaste opération d'amélioration de la qualité de l'hypercentre. Elle est destinée à assurer un partage équitable des coûts devant être assumés, d'une part, par la Ville et, d'autre part, par les acteurs de l'immobilier commercial de cet espace. Cette amélioration a concerné une large palette de mesures (66 mesures au total) relevant de divers types de politique. En plus d'un embellissement de l'espace public (revêtement, éclairage et mobilier urbain), elle portait sur l'accessibilité routière, le parking, la sécurité, la promotion, la qualité des magasins et l'aspect des locaux. Cette alliance est une initiative de la Fondation de Gestion de Centre-Ville de Maastricht. Outre la Ville de Maastricht, cet accord a été signé par l'Association des propriétaires du centre-ville (*Vereniging Eigenaren Binnenstad Maastricht* – VEBM), par l'Association des Entrepreneurs du centre-ville (FEB) et par la fédération royale néerlandaise de l'Horeca - Division Maastricht Heuvelland. Le coût total de la rénovation s'est élevé à 33,9 millions de florins (soit 15,4 millions d'€). De ce montant, 6,8 millions d'€ ont été versés par les propriétaires des bâtiments. Lorsque la contribution des propriétaires n'était pas octroyée de façon volontaire, la ville a procédé au recouvrement des sommes dues de façon coercitive. Deux des grands magasins situés dans la zone ont profité de cette période pour être réhabilités.

8.2 EXEMPLES DE PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ AU SEIN DE MAASTRICHT

Depuis le début du millénaire, deux grands projets immobiliers mixtes impliquant un important volet commercial ont été finalisés dans l'hypercentre de Maastricht. Il s'agit des

²⁴ Voir les sites : <http://www.nieuwsbank.nl/inp/1999/12/1223R031.htm> et www.maastricht.nl/maastricht/servlet/nl.gx.maastricht.client.http.GetFile?id=155482&file=Herinrichting_kernwinkelgebied_Bijdrage_in_de_kosten.pdf

projets Entre Deux et Mosae Forum. Ils sont de parfaits exemples de partenariats public-privé (PPP) à la sauce néerlandaise. Au-delà de ces deux projets, une description du montage du futur quartier Belvédère mérite aussi d'être présentée.

Notons que ces multiples projets de type PPP initiés par la Ville s'appuient sur une réelle culture commerciale au sein même de l'administration communale. Un dialogue régulier et intense entre la sphère publique et privée fait partie de la pratique quotidienne. Si les Pays-Bas peuvent se permettre un politique rigoureuse de la Ville compacte, c'est sans doute en partie grâce à cette mentalité orientée marché de la sphère publique. Une bonne connaissance des besoins et des tendances du marché ainsi que des contraintes liées au montage de projets immobiliers permet à l'administration de travailler en réel partenaire du privé.

8.2.1 Mosae Forum

Mosae Forum, tout nouveau centre commercial de l'hypercentre de Maastricht a ouvert ses portes fin septembre 2008. Il est situé entre les rives de la Meuse (*Maasboulevard*) et la Grand-Place. Dans les années cinquante, un quartier ancien de la ville avait disparu pour permettre une percée automobile jusqu'à cette *Grote-Markt* au débouché du *Pont Wilhelmina*. Aux abords de cette percée, la ville avait à l'époque construit des bureaux pour son administration au voisinage direct de l'Hôtel de ville et un immeuble de parking à étages. Fin des années 1990, la Ville a décidé de reconstruire l'ensemble de ces immeubles jugés peu esthétiques, donc peu en rapport avec le souhait d'avoir un centre-ville de qualité. Avant de faire appel aux promoteurs, la Ville, propriétaire du sol, a défini ses objectifs :

- augmenter l'offre commerciale à proximité immédiate du centre-ville afin d'y diminuer la pression sur les loyers et répondre à la demande en surfaces commerciales de grand format qui y est présente ;
- reconstruire un immeuble de bureau destiné aux besoins de son administration ;
- assurer une liaison de qualité et aisée entre l'hypercentre et les rives de la Meuse pour favoriser la flânerie ;
- déplacer le parking vers le sous-sol ;
- valoriser d'anciens vestiges architecturaux implantés au sous-sol de cet espace (anciennes caves liées à la fonction militaire de la Ville).

C'est le promoteur néerlandais 3W (*Wonen, Werken, Winkelen*) qui a été choisi par la Ville de Maastricht pour répondre à ce cahier des charges. Son projet signé au départ Bruno Albert, puis modifié par Jo Coenen a représenté un investissement de 195 millions d'Euros²⁵. La ville de Maastricht a été responsable du volet infrastructure (l'espace public + le tunnel menant à l'entrée du parking au niveau du Maasboulevard) pour un montant de 50 millions d'euros. Le promoteur 3W s'est chargé de la construction de :

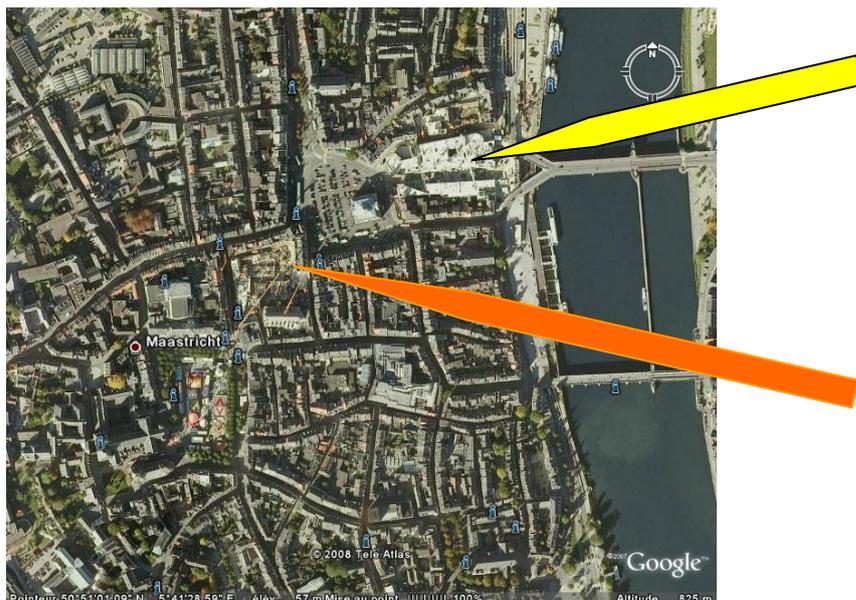
- 15 000 m² de commerce ;
- 3 500 m² d'un espace dédié au goût (*Mosae Gusto*) ;
- 16 500 m² de bureau ;
- 20 appartements ;
- une salle du conseil de 680 m² ;
- 1170 places de parking.

²⁵ Voir les sites : www.mosaeforum.nl et <http://www.3wwinkelen.nl/3wwinkelen/projecten/project.asp?id=19>

Au sous-sol de la partie nord du projet, les anciennes caves voûtées ont été réhabilitées en un espace accueillant un marché de nourriture fine appelé *Mosae Gusto*²⁶. Ce dernier comporte des restaurants, des traiteurs et des commerces de vins et liqueurs.

La partie commerciale de ce projet a été rachetée par l'investisseur ING. Il est intéressant de voir le soin apporté dans la disposition des espaces de circulation afin de maximiser la longueur des vitrines le long des tracés par où sont censés passer les flux de piétons au sein et aux abords du projet. Il s'agit par la même occasion d'agencer entrées et sorties du centre commercial de manière à ce qu'elles s'inscrivent le plus naturellement possible dans le parcours pédestre des chaland.

Figure 5 : Photo aérienne des projets *Mosae Forum* et *Entre Deux* dans l'Hypercentre de Maastricht



Source : Google Earth, 2008

8.2.2 Entre deux

Près du *Mosae Forum*, un nouveau projet mixte commerce + logements a vu le jour à mi-chemin entre le *Grote Markt* et la seconde plus importante place de Maastricht, le *Vrijthof*. Ce projet, lancé par le même promoteur 3W début des années 2000, a abouti à la création de 12 000 m² de commerces et de 19 vastes appartements (de 92 à 278 m²)²⁷. Le nom choisi par les Néerlandais pour ce projet (*Entre Deux*) atteste à la fois de la proximité de Maastricht avec la francophonie et de cette localisation entre deux places. Les buts recherchés par la Ville et le promoteur au travers de ce projet étaient de faciliter la liaison piétonne entre ces deux places et d'offrir de nouvelles grandes surfaces commerciales pour faire face à la demande des grandes enseignes.

Dans le cadre de ce même projet, près du *Vrijthof*, l'église des Dominicains, petite église baroque associée jadis à un couvent a été réhabilité en une librairie (*Selexyz Dominicanen*)²⁸. Cette partie du projet, financièrement déficitaire vu les mesures de protection du patrimoine et le soin apporté à la restauration, a nécessité d'importantes subventions publiques. Pour le reste, il s'agit d'un projet financé totalement par le privé. La Ville de Maastricht est toutefois intervenue pour les espaces publics autour de cet îlot dans le cadre de la *Convenant Integrale Aanpak Kernwinkelgebied Maastricht*. Remarquons que,

²⁶ Voir le site : www.mosaegusto.nl

²⁷ Voir les sites : <http://www.3wwinkelen.nl/3wwinkelen/projecten/project.asp?id=31> et <http://www.entredeux.nl/>

²⁸ Voir le site : http://www.selexyz.nl/pages/content/S2/selexyzwinkel_dominikanerkerk.aspx

dans ces deux projets (Entre Deux et *Mosae Forum*), les investissements publics et privés à Maastricht intègrent en leur sein une logique de mise en valeur d'éléments du patrimoine (les caves voûtées du *Mosae Gusto* et la librairie occupant l'église des Dominicains).

Au sein de l'îlot, les commerces sont placés sur deux niveaux différents, chacun correspondant au niveau du sol des deux places en question. Au dernier étage du bâtiment sont implantés les 19 appartements. Les surfaces commerciales constituent un ensemble des cellules de taille limitée et quelques grandes destinées aux enseignes internationales. Leur superficie varie entre 70 et 700 m². Les vêtements, l'Horeca et la culture dominent dans ce nouveau complexe.

8.2.3 Projet Belvédère

Dans le cadre de sa politique d'aménagement du territoire visant à faire de Maastricht une ville compacte dans un paysage magnifique (*een compact stad in een weids landschap*), la Ville a initié début des années 2000 un vaste projet de PPP visant à accueillir des milliers de nouveaux logements et des milliers de mètres carré de commerces et de bureau à la proche périphérie, en partie sur d'anciens terrains industriels. Depuis l'achèvement du quartier Céramique situé au Sud-Est de la ville, ce projet situé au Nord-Ouest du centre urbain est le plus grand chantier envisagé ces dernières années. A travers ce projet dense et mixte proche de l'hypercentre, il s'agit de profiter des dernières grandes disponibilités foncières au sein du périmètre urbanisable de la ville pour répondre à ses besoins pour les 20 prochaines années.

En 2000, un accord d'intention a été conclu entre la Ville et deux investisseurs: ING Real Estate Company et la Fondation Caisse de retraite pour l'industrie du bâtiment (BPF). Le 23 juin 2004, le Conseil municipal a adopté le Plan directeur du projet Belvédère. Ainsi, le conseil a donné son feu vert pour le développement et la mise en œuvre du *Masterplan* élaboré par ce partenariat²⁹.

Le montant des investissements prévus d'ici 2028 est estimé à 1,3 milliards d'euros. Il devrait comporter au total :

- 4 000 logements dont 70 % d'appartements ;
- 75 000 m² de bureau ;
- 35 000 m² de commerces de type grande surface ;
- 15 000 m² d'autres fonctions (infrastructures publiques...).

Au sein de ce vaste projet de réaffectation – redensification et d'extension urbaine compacte, la fonction commerciale ne devrait occuper qu'une petite portion : elle se concentrera dans la partie sud sur l'ancien siège historique de l'entreprise de céramique *Sphinx*³⁰. Ce site est localisé contre la face intérieure de l'ancienne enceinte urbaine du 17^{ème} siècle le long de la *Boschstraat* menant à la *Grote Markt*. Seuls 500 mètres distancient ce projet Sphinx de cette place principale de la ville. La plus grande partie des logements envisagés dans ce projet devraient pour leur part être situés au nord de cette enceinte marquée encore aujourd'hui par un boulevard périphérique et d'anciens bastions et fossés, dans la zone nommée Belle Vue.

Le quartier Sphinx devrait comporter 14 immeubles à appartements (en ce compris le bâtiment de l'ancienne fabrique Sphinx le long de la *Boschstraat*). Cette zone résidentielle devrait être complétée au niveau de l'ancienne limite de l'enceinte urbaine par le centre commercial dévolu aux multimédia, au sport, aux jouets, à l'électroménager, au hifi/vidéo...

²⁹ Voir les sites : <http://www.belvedere-maastricht.nl> et <http://www.maastricht.nl/maastricht/show/id=236856>

³⁰ Voir le site : <http://www.belvedere-maastricht.nl/projecten/overzicht.html?id=1>

9. FORCES ET FAIBLESSES DU POINT DE VUE DE L'AMÉNAGEUR SOUCIEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

De la politique néerlandaise en matière d'implantations commerciales, il ressort les forces suivantes :

- Une politique de la ville compacte constante depuis 50 ans a permis de limiter la dépendance à la voiture (malgré l'adoption régulière de nouvelles notes/plans aux différents niveaux de pouvoir).
- Cette politique globale de compacité et de mixité des fonctions est prônée à tous les niveaux de pouvoir et est appliquée de façon correcte par les villes et communes néerlandaises. Vu que les lieux de résidence et une grande partie des lieux de travail sont en général localisés de façon à maximiser l'usage des alternatives à la voiture, les commerces qui sont implantés dans des localisations centrales où l'espace de parking est rare et cher gardent un grand succès y compris pour les grandes surfaces alimentaires.
- Seules les grandes villes et villes moyennes peuvent développer des projets commerciaux destinés à avoir un rayonnement dépassant le cadre local (implantations PDV et GDV).
- Une distinction claire en matière de localisation préférentielle du commerce est opérée selon le type d'assortiments. Trois types de commerces sont clairement distingués (commerces de biens de consommation courante, autres commerces de biens peu pondéreux - équipement de la personne + petit équipement de la maison -, autres commerces de biens pondéreux ou volumineux).
- Pour les commerces de biens de consommation courante, une forte mixité avec le logement est recherchée ce qui implique la présence de multiples pôles commerçants de quartiers dans les grands pôles urbains comme au sein des gros villages.
- Pour l'équipement de la personne, à l'exception des implantations GDV permises en position péricentrale des 13 plus grandes agglomérations du pays, ce type de commerce ne peut se développer en dehors des centres-villes des grandes villes, de leurs pôles commerçants secondaires ou du centre des petites villes rayonnant sur un petit ensemble de communes.
- Pour le commerce d'équipement de la maison, la localisation en périphérie des villes grandes et petites est autorisée mais la forme privilégiée pour ce type de commerce est le parc commercial via l'outil PDV.
- Il s'avère impossible de développer l'offre commerciale sous forme de ruban. En dehors des vieux quartiers à l'habitat mitoyen, aucun nouvel immeuble ne peut disposer d'un accès direct sur les principaux axes routiers destinés au transit. L'accès aux quartiers d'habitat et aux parcs commerciaux se fait via des voiries secondaires communes à un grand nombre de logements/commerces.
- Il règne aux Pays-Bas une culture du partenariat public-privé où la sphère publique, à l'écoute du marché, initie elle-même des projets et fixe un cadre souple dans lequel la sphère privée arrive à s'insérer grâce à des négociations d'égal à égal.
- Au niveau des villes et provinces, il existe un important savoir concernant la situation relative aux implantations commerciales grâce à un monitoring, à une analyse des dépenses transfrontalières...
- Malgré cette rigueur dans la maîtrise des projets commerciaux périphériques et une fiscalité guère plus enviable qu'en Belgique et en Allemagne, les Pays-Bas

connaissent un solde positif très important concernant les achats effectués par les consommateurs frontaliers. De plus, pour une large partie, ces dépenses des Belges et Allemands dans les commerces néerlandais s'effectuent au sein des centres-villes.

- Même les projets périphériques d'envergure destinés à attirer les consommateurs des pays voisins respectent en grande partie les orientations évoquées ci-dessus. A l'image du Designer Outlet Center Roermond ou du prochain projet Sphinx à Maastricht, les centres commerciaux de type GDV (abritant aussi du commerce d'équipement de la personne) sont situés à peine à quelques centaines de mètres de l'hypercentre de grandes villes et sont voisins de quartiers urbains denses leur garantissant une bonne accessibilité en transport public.
- Dans le cadre de la ville compacte, l'attention est de plus en plus apportée à la qualité architecturale des développements immobiliers (y compris des projets mixtes commerce + logement) afin d'assurer une haute qualité du cadre de vie des riverains en vue de leur adhésion et de garantir l'attractivité et donc le succès commercial.

En ce qui concerne les faiblesses, les points suivants peuvent être épinglés :

- La tendance récente aux Pays-Bas est de privilégier une approche néolibérale prônant la diminution des entraves à l'activité économique liée aux règles de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire. La Nota Ruimte et les travaux de la commission MDW en sont la preuve.

3 BIBLIOGRAPHIE

BAAR K. (2003) La création des grandes surfaces en Europe, in : *Etudes foncières*, ADEF, n°102, pp. 28-34.

BOEKESTEIJN A., Bervoets R. (2008) *Gemeente Maastricht – Detailhandelsnota, deel 2 : Visie - Conceptrapportage*, BRO Boxtel, 37 p. + bijlagen, (disponible à l'adresse : http://www.maastricht.nl/maastricht/servlet/nl.gx.maastricht.client.http.GetFile?id=343274&file=36-2008_bijlage_III_CONCEPT_Detailhandelsnota_deel_2_Visie.pdf)

BAUELLE G. (2006) L'exemple des Pays-Bas, in : *FNAUT-Infos*, n°143, FNAUT, p. 3 (disponible sur le site : <http://www.fnaut.asso.fr/docs/publications/fi2006/143.pdf>)

BORCHERT J. (1998) Spatial dynamics of retail structure and the venerable retail hierarchy, in : *GeoJournal*, Kluwer, n°45, pp. 327-336

BORCHERT J. (1995) Retail Planning policy in the Netherlands, in : *Retail planning policies in Western Europe*, R. Davies, ed., Routledge, London, pp. 160-181

CAR FREE FRANCE (2009) *Houten, une ville favorable aux modes doux qui rend l'automobile inutile* (disponible sur le site : <http://carfree.free.fr/index.php/2009/01/10/houten-une-ville-favorable-aux-modes-doux-qui-rend-lautomobile-inutile/>)

DASSELAAR A. (2004) *Winkels in de etalage, een analyse van de landjurige leegstand in de Nederlandse hoofdwinkelgebieden*, Locatus BV – Woerden – Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit des Ruimtelijke Wetenschappen, 104 p. (disponible sur le site : <http://www.locatus.com/nl/nl/downloads/Winkels%20in%20de%20etalage.pdf>)

DEBOUDT B. ET TREVE H. (2007) *Houten, la ville nouvelle des Pays-Bas favorable aux modes doux*, CERTU, Fiche n°1, 4 p. (disponible sur le site : www.transports.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/Houten_cle15c92f.pdf)

DROST M., RENDERS O., BOEKESTEIJN A. (2007) *Grenzeloos winkelen 2007*, BRO Boxtel, Onderzoek voor de Kamers van koophandel Zuid-Limburg et Limburg-Noord, gemeenten Heerlen, Maastricht, Roermond, Sittard-Geleen, Venlo, Venray en Weert en de Provincie Limburg, (disponible à l'adresse :

http://portal.prvlimburg.nl/psonline/documenten/64689/grenzeloos_winkelen_limburg_2007)

EVERS D. (2002) The rise (and fall?) of national retail planning, in : *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, The Royal Dutch Geographical Society KNAG, Vol 93, N°1, pp. 107-113

FOUCHIER V. (1999) *Maîtriser l'étalement urbain : Une première évaluation des politiques menées dans quatre pays (Angleterre, Norvège, Pays-Bas, Hong-Kong)*, Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, DRAST, Centre de prospective et de Veille scientifique, 2001 Plus... Veille internationale, n°49 (disponible sur le site : http://www.recherche-innovation.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/n_49_cle5e63f9.pdf)

GEURS K. & VAN WEE B. (2006) Ex-post evaluation of thirty Years of compact urban development in the Netherlands, in : *Urban studies*, Vol. 43, N°1, pp. 139-160

HALLSWORTH A. & EVERS D. (2002) The steady advance of Wal-Mart and changing attitudes towards planning and competition, in : *Environment and planning C: Government and Policy 2002*, Volume 20, pp. 297-309

JANSEN L., KREUTELS T. & SPIT T. (1997) L'aménagement du territoire néerlandais : vue d'ensemble de l'évolution des idées, in : *Hommes et Terres du Nord*, n°1997-2, pp. 67-73

MINISTERIE VROM (2006), *Nota Ruimte*, Site des Ministères néerlandais consacré à la Nota Ruimte (<http://www2.vrom.nl/notaruimte>), consultation le 15 octobre 2008.

OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ARE (2008) *Politique des agglomérations aux Pays-Bas*, Confédération Helvétique, 6 p. (disponible à l'adresse : <http://www.are.admin.ch/themen/agglomeration/00694/02744/index.html?lang=fr>)

PROVINCIE LIMBURG (2006), *Provinciaal Omgevingsplan Limburg*, Andidruk, Beek, 164 p. (disponible sur le site : <http://portal.prvlimburg.nl/poldigitaal/>)

SPIERINGS B. (2006) The return of regulation in the shopping landscape ? Reflecting on the persistent power of city centre preservation within shifting retail planning ideologies, in : *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, The Royal Dutch Geographical Society KNAG, Vol 97, N°5, pp. 602-609

SPIERINGS B. & VAN DER VELDE M. (2008) Shopping, borders and unfamiliarity: Consumer mobility in Europe, in : *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, The Royal Dutch Geographical Society KNAG, Vol 99, N°4, pp. 497-505

VAN DOESBURG P. (2002) Pays-Bas, in : *Le commerce et la ville en Europe – Le droit des implantations commerciales*, Colloque international de Louvain-la-Neuve, Les cahiers du GRIDAUH, Série Droit comparé, n°6, pp. 262-273

VOOGD H. (2000) Urban Planning in The Netherlands : The gap between planning concepts and reality, Paper presented at the URBE Conference "Equity, Justice and Competitiveness in the City", Vila Real, Portugal.

ZONNEVELD W. (2005), Weinig conceptuele vernieuwing : over de nieuwe "Nota Ruimte" in Nederland, in : *Ruimte en planning*, n°2005/2, pp. 32-48

ANNEXE 4 : POLITIQUES RELATIVES A LA LOCALISATION DU COMMERCE DE DETAIL EN ALLEMAGNE¹

1. DÉCOUPAGE ADMINISTRATIF DE L'ALLEMAGNE

L'Allemagne est un Etat fédéral composé de 16 Länder dont 3 « villes-états » (Hambourg, Brême et Berlin) divisés en 16 000 communes.

La structure politique y est très décentralisée. La loi fondamentale du 23 mai 1949 (*Grundgesetz*) définit le partage du pouvoir entre le gouvernement fédéral (Bund) et les gouvernements des Länder. Ainsi,

- le **Bund** édicte les lois-cadres avec compétence exclusive ou partagée avec les Länder ;
- les **Länder** sont des collectivités territoriales ayant leur propre caractère étatique. Chaque Land possède sa constitution, son parlement, son gouvernement, son administration et sa juridiction. Ils exercent une tutelle sur les communes qui les composent. Chaque Land est divisé en régions qui forment un cadre de planification spatiale ;
- les collectivités locales : les **communes** (*Gemeinden*) sont considérées comme des instances administratives qui ont une assez grande marge d'autonomie. Elles sont regroupées en **arrondissement** (*Kreise* ou *Landkreise*). Les Länder ont réduit substantiellement le nombre de leurs communes par fusion et organisé la coopération intercommunale.

La politique d'implantation des commerces en Allemagne est intégrée dans la politique d'aménagement du territoire. Un seul permis (d'urbanisme) y est donc nécessaire.

2. L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET SES PRINCIPAUX OUTILS

Dans un premier temps, la loi fondamentale de 1949 attribua au Bund une compétence législative sur le droit foncier et celle de légiférer par loi-cadre pour l'aménagement du territoire (*Raumordnungsgesetz* – ROG). A l'époque, il n'est pas encore fait mention du droit de la construction. C'est en 1960 qu'une codification fondamentale du droit de l'urbanisme apparaît avec l'introduction de la loi fédérale sur l'urbanisme (*Bundesbaugesetz*), dont les structures fondamentales demeurent jusqu'aujourd'hui, bien que des amendements et de nombreux changements aient été apportés à chaque législature. Son nom a été changé en « Code de l'urbanisme » (*Baugesetzbuch* – BauGB) quand, au début des années 1970, la loi sur le développement urbain y fut intégrée (DAVID C-H, 1997).

En 1997-1998, les législations relatives à l'aménagement du territoire et à l'urbanisme furent modifiées. Ces versions constituent les bases juridiques actuelles. Les deux législations entretiennent des rapports étroits notamment en attribuant au principe de « développement durable » un rôle majeur dans leurs objectifs.

Le concept de planification en Allemagne vise une coordination prévisionnelle de l'action. L'aménagement du territoire s'y exprime par la planification physique, selon une hiérarchie de plans qui imposent un cadre à l'action des différentes autorités publiques afin de parvenir à une organisation désirable de l'espace (MARCOU G., KISTENMACHER H. & CLEV H-G., 1994).

La planification des implantations commerciales entre dans cette logique prévisionnelle. Elle est essentiellement portée, d'une part, par les Länder ayant pour mission la législation et de

¹ Auteurs : LAMBOTTE Jean-Marc et DOGUET A. (LEPUR – ULg), avec l'aide de LANGHOR Marc (WFG).

la conception des plans et programmes et, d'autre part, par les collectivités locales chargées de la mise en œuvre effective.

2.1 LE BUND GUIDE ET COORDONNE LES POLITIQUES TERRITORIALES

Le Bund adopte les règles très générales pour guider la politique de développement territorial. Il veille également à leur coordination. Il fixe les orientations et principes de l'aménagement du territoire en laissant aux Länder des marges d'interprétation plus ou moins importantes. Il mène ainsi une politique fortement interconnectée avec les responsables des Länder.

En termes de réglementations, le Bund dispose de différents documents dans lesquels les plans d'aménagement des Länder doivent s'insérer. La loi-cadre sur l'aménagement du territoire (*Raumordnungsgesetz* - ROG) définit les grandes lignes et principes du développement spatial ainsi que les règles et procédures à suivre par les Länder. La ROG vise essentiellement le développement de la structure fédérale dont le but est de créer des conditions de vie équivalentes dans tout le pays. Elle a également pour objectif l'amélioration de l'interdépendance des Länder et la promotion des conditions spatiales pour l'intégration européenne.

Toujours au niveau du Bund, le Code de l'urbanisme (*Baugesetzbuch* - BauGB) est le principal document réglementaire traitant de la législation sur les planifications spatiales, les constructions et le développement urbain. Il comprend diverses ordonnances dont l'ordonnance fédérale pour l'utilisation du sol (*Baunutzungsverordnung* - BauNVO) qui définit les zones d'utilisation du sol que les communes peuvent introduire dans leurs plans d'aménagement. Il contient également des règles concernant la densité et les développements permis dans chaque zone.

2.2 LA PLANIFICATION AU NIVEAU DES LÄNDER : LES LANDESENTWICKLUNGSPLAN/PROGRAMM ET LES REGIONALPLÄNE

Les Länder sont chargés de l'administration et des aspects juridiques de l'organisation spatiale de leur territoire. De même, la législation sur la construction relève de leur compétence mais celle-ci est guidée par une législation générale sur la construction au niveau fédéral.

La ROG leur impose d'élaborer des programmes et plans généraux de planification (*Landesentwicklungsprogramm* - LEPro ou *Landesentwicklungsplan* - LEP), pour la totalité du Land. Ces derniers sont mis à jour en théorie tous les dix ans. Il y a donc autant de LEPro ou de LEP que de Länder. Ces documents de planification stratégique expriment la vision du développement économique et social du Land. Ils définissent des orientations pour la programmation des investissements publics dans tous les domaines.

Les LEP et LEPro sont suivis par des plans régionaux d'aménagement du territoire (*Regionalpläne*) qui s'appliquent aux espaces régionaux des Länder. Les *Regionalpläne* sont donc des déclinaisons des LEPro et des LEP à une échelle plus fine. Ils précisent les grandes lignes et axes de priorité pour une répartition équilibrée entre les zones d'habitation, zones commerciales et industrielles, réserves naturelles et coulées vertes. Ils ont pour objectifs de concrétiser davantage la planification du Land à l'échelle régionale. Ils définissent le statut de centralité des communes et complètent si nécessaire le plan de développement en y fixant des espaces de petits centres.

2.3 LES COMMUNES : FLÄCHENNUTZUNGSPLAN ET BEBAUUNGSPLAN

Les communes sont responsables de l'utilisation effective du sol en conformité avec les règles édictées par le Bund et les Länder dans leurs documents respectifs. Elles disposent

de plan d'affectation du sol (*Flächennutzungsplan* - F-plan) et de plan de construction (*Bebauungsplan* - B-plan).

Ces deux documents se distinguent par leur portée juridique. Le plan de construction (B-plan) est un document normatif opposable aux tiers alors que le plan d'affectation des sols (F-plan) s'adresse aux administrations et n'a aucune incidence directe sur le citoyen.

Ces documents ont donc une importance notable pour les autorités locales, mais ils s'avèrent également coûteux à mettre en oeuvre, si bien qu'il peut arriver que les communes tardent à les réviser tous les dix ou quinze ans, ou à en élaborer de nouveaux, et préfèrent se contenter de modifications ponctuelles lorsque cela leur semble avantageux ou nécessaire (DAVID C-H, 1997).

2.3.1 Plan d'affectation des sols (F-plan)

Les F-plan sont des documents de planification préparatoire qui fixent les grandes lignes du développement urbain en fonction des besoins d'une ou plusieurs communes. Ils doivent en principe recouvrir l'ensemble du territoire communal. Ce sont des documents graphiques à une échelle allant du 1/3 000 au 1/20 000 pour les communes très étendues. L'échelle doit être choisie pour ne pas pouvoir interpréter les cartes au niveau parcellaire. Leur portée juridique se limite au pouvoir public. Ils servent toutefois de base à l'établissement des plans de construction (B-plan) qui doivent respecter leurs orientations.

2.3.2 Plan de construction (B-plan)

Les B-Plan servent de référence pour l'établissement du permis de construire. Ils comportent des prescriptions juridiques obligatoires sur la nature de l'affectation et fixent les dispositions concernant l'infrastructure, la structure et la densité ainsi que certaines prescriptions architecturales. Ils concernent l'îlot ou le groupement d'îlots et ne recouvrent pas l'ensemble du territoire communal. Ils se présentent sous la forme d'un plan à une échelle allant du 1/500 au 1/200. Ils déterminent de façon très précise les implantations et les formes des bâtiments qui peuvent être édifiés. Chaque B-plan doit être soumis à étude d'incidences.

Lorsque les surfaces constructibles à l'intérieur du périmètre d'agglomération ne suffisent pas, la commune détermine en périphérie, en respectant les orientations du F-plan, une nouvelle zone de construction dont les caractéristiques font l'objet d'un B-plan. Ce processus permet d'éviter le phénomène de mitage en ayant un contrôle dynamique sur l'utilisation de l'espace.

2.4 LE PRINCIPE DES FLUX RÉCIPROQUES (*GEGENSTROMPRINZIP*)

Le principe de flux réciproque (*Gegenstromprinzip*) défini dans la loi-cadre de l'aménagement du territoire vise à mettre en accord les planifications à tous les niveaux. Ainsi, chaque niveau de planification (Bund, Länder et autorités locales) doit tenir compte des objectifs des plans supérieurs et en même temps, ces derniers ne peuvent pas être préparés sans la participation des autorités locales.

Dans ce cadre, les Länder, à travers la Conférence des Ministres de l'Urbanisme, de la construction et de l'habitat (*Ministerkonferenz für Raumordnung* - MKRO) formulent leurs positions et leurs attentes communes auprès du Bund en adoptant le guide pour le développement spatial (*Raumordnungspolitischer Orientierungsrahmen*).

En 1997, la Conférence des Ministres de l'Urbanisme, de la construction et de l'habitat a ainsi émis que l'implantation de centres de magasins d'usine n'était pas admissible en dehors des centres supérieurs retenus dans le cadre du système des places centrales.

2.5 LE SYSTÈME DES PLACES CENTRALES

Le modèle traditionnel d'organisation du territoire allemand s'inspire depuis les années 1960 de la théorie des places centrales (*die zentralen Orte*) développée au début des années 1930 par le géographe allemand W. Christaller. La loi d'aménagement du territoire en fait notamment référence (ROG §2 *Principe de l'aménagement du territoire* al.2).

Ce système repose sur un principe d'équité territoriale selon lequel tout citoyen doit pouvoir accéder, où qu'il habite, à des biens et services tels que la santé, l'éducation ou des services administratifs de même qualité (RHEIN, 1993). Comme ces diverses fonctions, le commerce de détail est directement concerné par ce principe.

Il s'ensuit une organisation à trois niveaux comprenant :

- des centres supérieurs (*Oberzentren*) pour les besoins spécifiques ou sporadiques. Le nombre d'habitants minimum est fixé à 100 000. Leur zone d'influence est souvent prise en compte pour la délimitation des régions concernées par la planification territoriale.
- des centres moyens (*Mittelzentren*) pour les besoins généraux. Ces centres desservent un territoire comportant une population de minimum 40 000 habitants.
- comprenant des lieux centraux de niveau inférieur (*Unterszentren* et *Kleinzentren*) pour l'approvisionnement de base. Ces niveaux inférieurs englobent les communes et groupes de communes comptant plus de 5 000 habitants.

Quoique n'étant pas délimité avec précision sur le plan cartographique, ce système a contribué jusqu'à présent à la planification et à la conservation d'une urbanisation équilibrée du territoire allemand. Il a permis notamment de limiter l'étalement urbain.

Les centres supérieurs sont fixés par le *Bund* tandis que les centres moyens et inférieurs sont fixés par les *Länder* notamment dans leurs programmes et plans régionaux de planification. Ainsi, en Rhénanie du Nord Westphalie, Aix-La-Chapelle, Cologne, Münster ou Duisburg par exemple sont des centres supérieurs. Würselen, Stolberg et Montjoie sont des centres moyens et Simmerath, Roetgen et Hellenthal sont des centres de niveau inférieur. En Rhénanie Palatinat, Coblenche, Trèves et Mayence sont des centres supérieurs. Prüm, Bitburg et Konz sont des centres moyens.

Le concept de concentration décentralisée (*die dezentrale Konzentration*) s'inscrit dans cette politique d'aménagement du territoire. Son principe tend à favoriser l'organisation polynucléaire de la hiérarchie des places centrales en évitant une dominance des fonctions économiques uniquement dans les villes-centres de niveau supérieur. A grande échelle, un développement multipolaire est privilégié afin de délester les grandes agglomérations et de rapprocher certains emplois et services de la population vivant en dehors des grandes agglomérations. Au niveau local, le développement autour des petits centres complémentaires situés en dehors du pôle principal est consolidé.

3. STRATÉGIE EN MATIÈRE D'IMPLANTATIONS COMMERCIALES

Un des objectifs principaux de la planification territoriale concernant les implantations commerciales est de maintenir le commerce de proximité afin de maintenir la vitalité des centres-villes par la présence de commerces vivants et attractifs à chaque niveau de centralité, du bourg rural à la métropole régionale.

Le système des places centrales, au cœur de la planification territoriale allemande, s'applique également dans le cas d'implantations commerciales. Dans ce cadre, biens et services sont regroupés dans des lieux centraux en fonction de leur portée et de leur seuil d'apparition selon une hiérarchie emboîtée de niveaux et de fonctions afin d'assurer l'approvisionnement de toute la population du pays (MÉRENNE-SCHOUMAKER, 2003).

Chaque niveau de planification territoriale (Bund, Länder et autorités locales) précise les modalités d'inscription spatiale des activités commerciales. Le commerce devient en quelque sorte un outil au service de l'aménagement du territoire et du développement urbain puisque le principe de la liberté d'installation et de concurrence doit se conformer aux exigences de l'urbanisme (BONDUE J-P., 1998).

Dans le cadre de cette étude, nous analysons les stratégies relatives aux implantations commerciales des Länder voisins de la Wallonie : la Rhénanie du Nord Westphalie et la Rhénanie Palatinat.

3.1 RHENANIE DU NORD WESTPHALIE

La Rhénanie du Nord Westphalie (*Nordrhein-Westfalen* - NRW) est le Land le plus peuplé (18 millions d'habitants) et un des plus riches d'Allemagne. Ce Land couvre une superficie de 34 000 km². Il est composé de 396 communes et compte 30 villes de plus de 100 000 habitants. Presque 2/3 de la population du Land vit dans les zones urbaines soit sur 25 % du territoire. Les zones rurales ne sont pas en reste ; contrairement aux autres Länder, les zones à dominantes rurales du Land de Rhénanie du Nord Westphalie possèdent une population très dense et présentent une économie dominée par des PME. Même en milieu rural, la population minimale des communes est de 5 000 habitants depuis les réformes territoriales des années 1960-70 (DUBOIL A., 1993).

Ce Land a depuis plus de trente ans une législation qui vise à concentrer les grands magasins en ville et dans des localisations intégrées en évitant les implantations en rase campagne.

Passons tout d'abord en revue la façon dont le commerce est traité au niveau de la législation et de la stratégie du Land. Ensuite voyons comment est précisée cette stratégie au niveau régional ou local dans deux agglomérations de ce Land : la région urbaine et la ville d'Aix-la-Chapelle, d'une part, et la ville de Münster, d'autre part.

3.1.1 Législation et stratégie au niveau du Land

Trois documents relevant de ce niveau de pouvoir évoquent la problématique de la localisation des implantations commerciales :

- le plan de développement du Land (*LEP NRW*) ;
- la loi ou programme sur le développement du Land (*LEPro*), en particulier son récent § 24a ;
- l'arrêté du Land sur le commerce de détail (*Einzenhandelserlass NRW*).

3.1.1.1 Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)

Le plan de développement du Land (*LEP NRW*) élaboré en 1995 et découlant de la loi sur le développement du Land (*LEPro*) et de la loi sur l'aménagement du territoire (*ROG*) présente les principaux objectifs de l'aménagement du territoire du Land sous forme textuelle et graphique. La philosophie est de garantir un développement durable et écologique en conciliant les nouveaux impératifs sociaux et économiques avec la protection du cadre environnemental.

Le *LEP NRW* est accompagné de plusieurs cartes : une carte générale du Land au 1/1 000 000 indiquant les places centrales et axes de développement ainsi que cinq autres cartes reprenant chaque circonscription du Land au 1/200 000 présentant la délimitation des cœurs d'agglomération, des zones périphériques d'agglomération, de grands projets de parcs d'activités économiques, des espaces « libres » et leurs fonctions (service forestier, protection de la nature, barrage...).

Le *LEP NRW* concentre son analyse sur des thèmes spécifiques de l'aménagement du territoire et s'articule autour de deux thèmes principaux. Le premier définit la structure spatiale du Land dans les grandes lignes alors que le second domaine concerne les nouveaux défis que doit relever l'aménagement du territoire du Land.

La réflexion sur les commerces s'insère dans celle traitant des activités économiques dans le volet C.II du document. La stratégie principale est de sécuriser et développer l'économie en prévoyant suffisamment de terrains de qualité pour les besoins de l'économie et de l'industrie tout en respectant l'environnement. Les autorités locales sont chargées de libérer les terrains et de les mettre à disposition des entreprises.

Les priorités du *LEP NRW* au sein de ce volet n'ont pas grand-chose à voir avec le commerce mais traitent explicitement des zones d'activités économiques :

- « *Les mesures de développement interne en particulier l'exploitation de terrains en friches ou inemployés, sont prioritaires par rapport à l'utilisation des espaces libres situés à l'extérieur de la communes ;*
- *Avant d'utiliser d'autres terrains, il convient de densifier les sites industriels périphériques. Dans ce contexte, les sites reliés aux voies ferroviaires et navigables doivent être pris en compte en priorité ;*
- *Il convient d'exploiter les possibilités de compensation supracommunale en matière de terrains ;*
- *La présence des entreprises commerciales doit être assurée dans des sites mixtes à travers des schémas de sécurisation des sites (« Standortsicherungskonzepte ») ;*
- *Il convient d'identifier dans une mesure adaptée les nouveaux terrains constructibles destinés à l'habitat par rapport aux terrains industriels présents/planifiés ».*

Le *LEP NRW* note qu'à travers leurs planifications, les communes doivent viser « *une exploitation plus intensive des sites industriels (...). Il s'agit – à chaque fois que cela est possible – de densifier les implantations des espaces d'utilisation extensive* ».

D'une manière générale, l'approche du *LEP NRW* est assez succincte et vague. Il laisse en effet aux autres documents (régionaux, communaux et intercommunaux) le soin d'être plus détaillés « *afin de pouvoir s'adapter au cas par cas aux situations et exigences régionales et locales* ».

3.1.1.2 Loi du 19 juin 2007 modifiant le Landesentwicklungsprogramm (LEPro) du Land de Rhénanie du Nord-Westphalie

Cette loi du 19 juin 2007 modifiant la loi sur le développement spatial du Land NRW ou LEPro² (*Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung*) introduit dans cette loi un § 24 a consacré entièrement aux grandes surfaces commerciales. Ce nouveau paragraphe définit les conditions d'implantation pour les grandes surfaces commerciales dans le Land de Rhénanie du Nord Westphalie (NRW).

Toute la logique repose sur les aires centrales d'approvisionnement (*zentraler Versorgungsbereich*). Les centres commerciaux, les magasins de grande surface et les autres entreprises commerciales de grande envergure ne peuvent s'implanter que dans de telles aires pour autant qu'ils n'aient pas d'impact négatif sur le bon fonctionnement de ces aires (dans la commune où le projet est prévu et dans les communes avoisinantes) et sur l'approvisionnement de proximité. Des centres de production et de vente directe de plus de 5 000 m² ne peuvent d'ailleurs que s'implanter dans des villes de plus de 100 000 habitants.

² www.bezreg-arnsberg.nrw.de/top-themen/einzelhandelserlass_nrw/24alepro.pdf

Les aires centrales d'approvisionnement sont définies par les communes et il en existe trois catégories : les aires principales, les aires secondaires et les aires d'approvisionnement de proximité.

Les centres commerciaux, les magasins de grande surface et les autres entreprises commerciales de grande envergure avec un assortiment de produits de consommation courante (produits alimentaires, produits d'équipement de la personne, ...) et de certains produits de consommation non courante (livres et papeterie, articles de sport, ...) ne peuvent s'implanter que dans les aires centrales d'approvisionnement principales (centre-ville, centre des communes) et secondaires (quartiers de ville) qui se caractérisent par :

- une offre diversifiée et dense de prestataires de services publics et privés dans des domaines aussi variés que les administrations, l'enseignement, la culture, les soins de santé, les loisirs et les commerces ;
- une intégration urbanistique dans les espaces d'agglomérations inscrits au plan régional ;
- une bonne accessibilité par les transports publics.

Ce sont les communes qui définissent les assortiments de produits de consommation courante et non courante tout en se basant sur un inventaire de base établi par le Land.

Si le chiffre d'affaires du projet ne dépasse pas dans l'aire d'implantation du projet le pouvoir d'achat de la population dans les différents groupes d'assortiments, il est d'usage d'attribuer le permis au projet.

Des zones spéciales pour des projets à assortiments de produits dits pondéreux (jardinage, équipement de la maison, ...) peuvent être définies en dehors des aires centrales d'approvisionnement si :

- le site se trouve au niveau du plan régional dans un espace d'agglomération ;
- les assortiments de produits de consommation courante et non courante constituent maximum 10 % de la surface de vente sans néanmoins dépasser 2 500 m².

La règle du chiffre d'affaires est de nouveau applicable.

Les sites d'implantation pour deux ou plusieurs projets commerciaux avec des assortiments de produits dits pondéreux et au total plus de 50 000 m² de surface de vente doivent être repris dans les plans régionaux comme espaces d'agglomération à destination spécifique. La surface de vente des assortiments de produits de consommation courante et non courante ne peut dépasser les 5 000 m², tous projets compris.

Le commerce de détail peut s'implanter dans des complexes de loisirs, sportifs, culturels, ... avec une surface d'au moins 50 ha et situés en dehors des aires centrales d'approvisionnement si :

- le site se trouve dans un espace d'agglomération à destination spécifique dans le plan régional ;
- le volume des assortiments de produits de consommation courante et non courante ne dépasse pas 2 500 m² de surface de vente et si ces assortiments sont liés à l'utilisation principale du complexe.

Néanmoins des exceptions peuvent être octroyées dans le cadre de cette loi.

Cette loi confère beaucoup de pouvoir aux communes étant donné que ce sont les communes qui définissent les aires centrales d'approvisionnement et les assortiments. De plus, il y a souvent des discussions sur les chiffres d'affaires avancés par les promoteurs de projet et les estimations effectuées par les chambres de commerce et d'industrie qui sont amenées à se prononcer sur les projets. En outre la surface de vente n'est pas clairement définie dans l'ordonnance du Land NRW pour l'utilisation du sol (*Bauordnung NRW*). Bien souvent les projets font ainsi l'objet de décisions politiques.

Le § 24 a fait d'ailleurs actuellement l'objet d'un recours juridique.

3.1.1.3 Arrêté du Land NRW du 22 septembre 2008 sur le commerce de détail

Le 22 septembre 2008 a été adopté par le Land NRW un nouvel arrêté sur le commerce de détail (*Einzelhandelserlass NRW*³). Cet arrêté sur le commerce de détail est un document d'orientation pour les responsables de la planification régionale, les gouvernements d'arrondissements et les communes. Il contient des conseils, des recommandations et des directives visant une planification et une évaluation urbanistique homogènes au niveau du Land en ce qui concerne les grandes surfaces commerciales. Selon la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) d'Aix-la-Chapelle, cet arrêté ne constitue pour les communes qu'un document d'orientation. Souvent de fortes différences apparaissent entre la théorie de l'arrêté et sa mise en œuvre pratique par les communes.

Il se base sur la législation existante et la jurisprudence en la matière (il y est d'ailleurs explicitement fait référence, pp. 4-9). Il poursuit exclusivement des buts d'aménagement du territoire et d'urbanisme en se focalisant tout spécialement sur un approvisionnement équilibré et suffisant de la population en assortiments de tous types. Cet arrêté ne cherche pas à influencer la concurrence entre les différents types de structures commerciales.

L'arrêté doit trouver son application dans la planification régionale, la planification de l'utilisation du sol, les concepts régionaux et communaux de commerce de détail et l'octroi des permis pour des grandes surfaces commerciales.

Les pages 9 à 21 énumèrent et définissent la terminologie en matière commerciale et font référence aux différentes législations où ces termes apparaissent. Y sont notamment définis les centres commerciaux, les grandes entreprises commerciales (> 800 m² de surface de vente), les surfaces commerciales, les surfaces de vente, les assortiments, les aires centrales d'approvisionnement, etc. Une particularité en ce qui concerne les surfaces de vente est que la surface de stockage des caddies fait partie de la surface de vente peu importe où les caddies sont stockés (donc même si ils sont stockés sur les parkings).

Pour la définition des assortiments, il est mentionné que ce sont les communes qui jouent un rôle majeur. Il n'est dès lors pas étonnant que la liste des assortiments permis en centre-ville diffère d'une commune à l'autre.

Pour les grandes surfaces commerciales, il est également attiré l'attention sur le fait que les projets doivent être analysés sur base de leurs impacts sur l'environnement, le trafic, l'approvisionnement de la population, la structure urbanistique, etc.

Les pages 22-30 de ce arrêté font référence à l'évaluation des projets commerciaux au niveau de la planification du Land et se basent surtout sur le § 24 a (voir ci-avant point 3.1.1.2).

Via la mise en œuvre de différentes législations, le Land de NRW cherche à renforcer les centres urbains comme lieux de travail, de commerce et de résidence. Un accès à courte distance aux établissements commerciaux doit pouvoir être garanti à tous les groupes de population afin d'assurer un approvisionnement correct. Il s'agit de recourir le moins possible à des espaces libres pour de nouvelles constructions. Une grande place est réservée à la mise en œuvre du § 24 a.

En résumé nous pouvons dire que les développements intra-urbains sont à privilégier par rapport aux développements extra-urbains, que les accès par les transports publics sont à promouvoir et que l'intégration urbanistique est à rechercher. D'où l'importance des aires centrales d'approvisionnement qui sont à définir par les communes. Ces dernières doivent

³ www.bezreg-arnsberg.nrw.de/top-themen/einzelhandelserlass_nrw/einzelhandelserlass_2008.pdf

être à la fois inscrites au sein de la zone d'agglomération dense dans la plan régional, bien connectées aux transports publics et peu dépendantes du trafic individuel motorisé.

Les produits dits pondéreux sont les seuls biens pour lesquels les périphéries des villes et communes sont des localisations à privilégier, pour autant qu'y soit assurée une bonne accessibilité par les transports publics et une bonne intégration urbanistique. Les centres de production et de vente directe de plus de 5 000 m² ne peuvent d'ailleurs que s'implanter dans des villes de plus de 100 000 habitants.

Enfin, sous certaines conditions, les communes peuvent s'écarter du § 24 a. Cela concerne entre autres la délimitation des aires centrales d'approvisionnement et l'implantation des centres de production et de vente directe. Pour ces écarts il est impératif qu'elles disposent d'un concept régional de commerce de détail et de l'accord des conseils régionaux.

Le rôle des villes et communes est abordé dans les pages 30-41. Les communes jouent un rôle majeur dans le développement du tissu commercial. C'est essentiellement par l'intermédiaire des concepts de commerce de détail et de leur mise en œuvre au niveau de la planification par les plans directeurs de construction que les communes soutiennent le développement de leurs centres principaux et secondaires.

Ces concepts de commerce de détail jouent en quelque sorte en Rhénanie du Nord-Westphalie le rôle de Schémas de Développement et d'Urbanisme Commercial en France. Les communes y définissent leurs objectifs pour le commerce. Ces concepts de commerce de détail localisent les aires centrales d'approvisionnement et les sites pour grandes surfaces commerciales avec assortiments de produits non pondéreux. Ils peuvent également localiser des sites à destination spécifique. De plus ils contiennent la liste des assortiments définis par les communes comme de type consommation courante ou non courante. Les communes ont une grande marge de manœuvre pour définir le développement commercial souhaité. En ce qui concerne l'élaboration des concepts de commerce de détail, une participation des CCI, des Chambres artisanales, des associations de classes moyennes, des communes avoisinantes, ... est recommandée.

Les plans directeurs de construction doivent être adaptés aux buts généraux de l'aménagement du territoire au niveau du Land de NRW. Ces plans précisent entre autres les emplacements pour des sociétés commerciales et peuvent ainsi contenir des zones centrales ou des zones spéciales dont les zones pour centres commerciaux et commerces de grande surface. Il est également d'usage d'y inclure des zones avec limitation pour l'implantation de structures commerciales (p.ex. certaines zones industrielles).

La loi prévoit également que des sites qui font l'objet d'un plan directeur entré en vigueur avant 1977 peuvent accueillir des implantations commerciales même s'ils ne répondent plus à la logique actuelle d'implantation. La seule manière d'éviter ceci pour les communes est l'élaboration de nouveaux plans directeurs avec compensations éventuelles à accorder aux propriétaires du site.

Les pages 41 à 50 de cet arrêté font référence aux affectations compatibles avec la fonction commerciale dans le BauNVo. Elles décrivent une série d'articles de l'ordonnance fédérale pour l'utilisation du sol ; articles qui règlent les cas où des structures commerciales peuvent s'implanter ou non dans différentes zones (p.ex. dans des zones industrielles).

Enfin, elles décrivent aussi les documents à introduire lors de la demande d'un permis d'urbanisme.

3.1.2 Stratégie relative aux implantations commerciales au niveau communal / régional

3.1.2.1 La région et la ville d'Aix-la-Chapelle

Pour le territoire de la région et de la Ville d'Aix-la-Chapelle, trois documents ont été étudiés. Le premier est un document transversal couvrant l'ensemble du spectre des thématiques habituellement traités dans un document stratégique de développement territorial. Les deux autres sont des documents spécifiques aux implantations commerciales, l'un à l'échelle de la Ville, l'autre au niveau de la région urbaine (*Städteregion*). Il s'agit de deux concepts de commerce de détail au sens de l'Arrêté du Land NRW du 22 septembre 2008 sur le commerce de détail. Ces deux documents étant très similaires dans leur configuration, leur méthodologie employée et dans leurs intentions, notre propos se focalisera surtout sur celui se rapportant au territoire de la Ville d'Aix-la-Chapelle.

a) *Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln: Region Aachen*

La planification régionale d'Aix-La-Chapelle transcrite dans le *Regionalplan für den Regierungsbezirk*⁴ reprend et apporte des précisions aux orientations définies dans le LEP NRW. Adopté pour sa dernière version en août 2006, le *Regionalplan a*, comme ce dernier, une valeur indicative et laisse le soin aux communes de préciser dans le détail la manière dont le développement spatial doit s'organiser.

Le *Regionalplan* est constitué d'un document écrit qui présente les principes et objectifs à respecter, ce document est accompagné de cartes au 1/50 000. Leur légende s'inspire largement des cartes fournies dans le LEP NRW. On y retrouve ainsi les espaces d'agglomérations, les espaces « libres » et leur fonction ainsi que les diverses infrastructures de transport. La volonté d'empêcher le développement de toute construction en ruban le long des axes de transport et d'éviter l'éclatement des agglomérations est également précisée.

Comme le dicte l'article 11 du BauNVO, le plan régional rappelle que des zones spéciales (*Sondergebiete*) concernant les centres commerciaux, grandes surfaces, détaillants et autres entreprises commerciales doivent être planifiées uniquement dans des secteurs urbains.

b) *Le concept d'approvisionnement central et de proximité d'Aix-la-Chapelle*

1. Description

Le concept d'approvisionnement central et de proximité d'Aix-la-Chapelle (*Zentren- und Nahversorgungskonzept Aachen*)⁵ a été approuvé par la Ville d'Aix-la-Chapelle en date du 28/08/2008. Il se base sur le papier de positionnement sur le commerce de détail (2003) et le concept de commerce de détail pour la *Städteregion* (région urbaine) *Aachen*. Le papier de positionnement contient la position des autorités communales sur le commerce de détail. Le concept de commerce de détail pour la région urbaine définit les critères pour l'implantation des grandes surfaces commerciales (centres commerciaux, magasins de grande surface, entreprises commerciales de grande envergure). Ce document comprend également la liste des produits de consommation courante et non courante pour les aires d'approvisionnement central. Le concept d'approvisionnement central et de proximité d'Aachen concrétise en fait les critères retenus dans le concept pour la communauté urbaine (voir point c) ci-après).

⁴ Voir le site : www.bezreg-koeln.nrw.de/brk_internet/gremien/regionalplanung/teilabschnitt_aachen/textliche_darstellung/textband.pdf

⁵ Voir les sites : http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/bauen_planen/stadtentwicklung/stadt/einzelhandelskonzept/index.html, http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/pdfs_stadt_buerger/pdf_bauen_planen/stadtentwicklung/stadt/einzelhandel/zentrennahversorgungskonzept_niedrig.pdf

Le but recherché par tous les concepts est d'influencer la localisation du commerce de détail et surtout de préserver les centres urbains et lieux centraux existants comme véritables centres urbains animés (maintien de la vitalité). L'approvisionnement local pour la population y joue un rôle majeur. Les centres urbains et lieux centraux doivent pouvoir disposer d'une offre large et profonde de produits différents et être bien accessibles. Il s'agit de la politique des courtes distances et du système des places centrales.

La mission du concept est de guider l'implantation des grandes surfaces commerciales de plus de 800 m² de surface de vente (produits dits pondéreux exclus). Celles-ci ne peuvent plus que s'implanter dans les aires d'approvisionnement centrales telles que le centre ville ou les centres des quartiers de Brand, Eilendorf, Burtscheid ou Elsasstraße. Néanmoins, des implantations de grandes surfaces commerciales avec produits de type approvisionnement central (local) peuvent être autorisées dans des grandes zones résidentielles. Il suffit d'apporter la preuve de la nécessité d'une telle implantation pour l'approvisionnement local et les preuves que 90% de la surface de vente est couverte par des assortiments de proximité, que le site est bien accessible par les transports en commun et ne pose pas de problèmes de trafic et que le site (et donc le projet) est bien intégré du point de vue urbanistique.

Toute la logique d'implantation repose en fait sur le § 24 a, les courtes distances et les places centrales.

Les surfaces commerciales de moins de 800 m², de même que celles qui offrent des produits ne relevant pas de l'offre commerciale de centre-ville (c'est-à-dire les commerces de produits pondéreux) sont autorisées sur tout le territoire communal, pour peu que les règles de la législation sur l'urbanisme soient respectées.

Le concept définit également la liste des produits de consommation courante et non courante pour les aires d'approvisionnement central⁶.

2. Methodologie

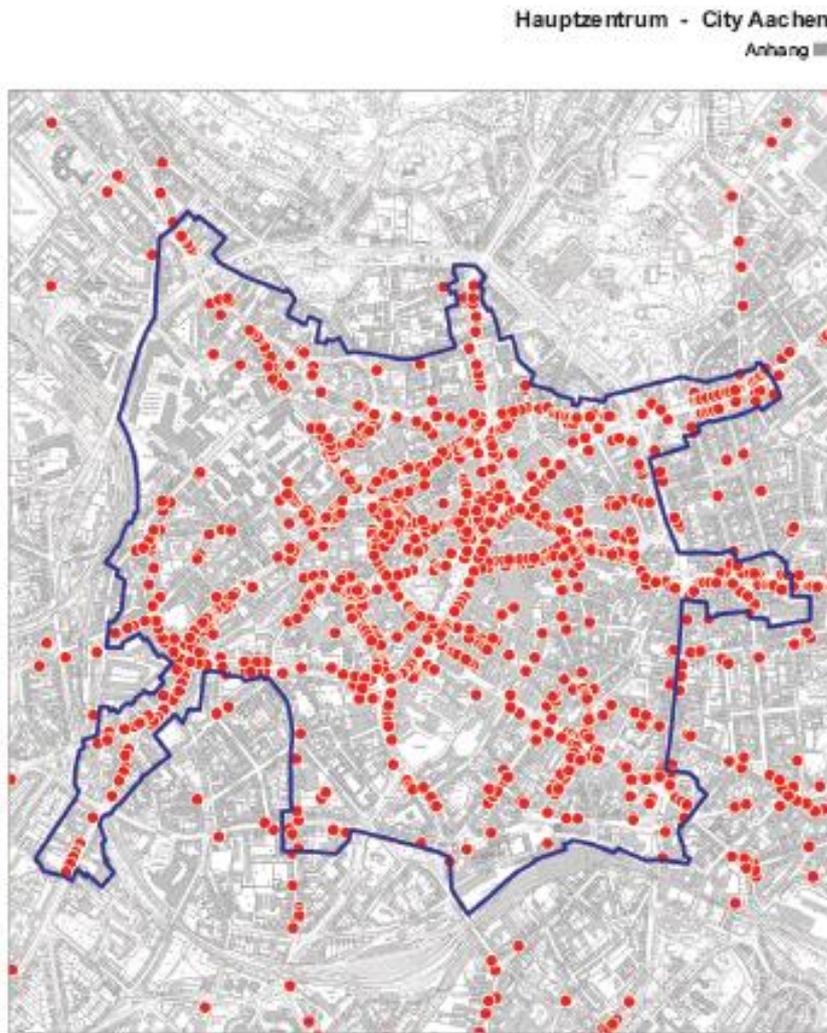
Le défi majeur du concept est de délimiter les aires centrales d'approvisionnement. Pour ce faire, il y a eu une concertation au niveau de la communauté urbaine et de la ville d'Aix-la-Chapelle. Une analyse de l'offre et de la demande en commerce de détail a été faite par un bureau d'études (*BBE Retail Experts*). Cette analyse s'est basée sur les surfaces de vente par gamme de produits, le chiffre d'affaires, le pouvoir d'achat et le ratio chiffre d'affaires/pouvoir d'achat. La répartition géographique des commerces a été analysée. L'accent est mis sur les produits de consommation courante, d'une part, et sur les produits de consommation non courante qui ne sont pas de type pondéreux, d'autre part.

Ensuite les aires centrales d'approvisionnement ont été proposées. En plus de l'étude précitée d'autres facteurs ont été pris en compte comme le nombre d'habitants par quartiers, l'accessibilité par les transports en commun, la densité du tissu commercial, etc. Au total ce sont trois catégories d'aires qui ont été retenues : le centre ville comme centre principal, les centres de quartiers et les centres d'approvisionnement purement local. Les projets qui ont un rayonnement dans toute la région d'Aix-la-Chapelle sont orientés vers le centre ville (Carte 1). Les projets qui ont une fonction d'approvisionnement pour des quartiers entiers sont orientés vers les centres de quartier (Carte 2). Les projets à caractère purement local sont dirigés vers les centres d'approvisionnement purement local (Carte 3).

⁶ Voir le site :

www.aachen.de/DE/stadt_buerger/pdfs_stadtbuerger/pdf_bauen_planen/stadtentwicklung/stadt/einzelhandel/so rtimentsliste.pdf

Carte 1 : Aire centrale d'approvisionnement du centre-ville d'Aix-la-Chapelle



Legende

- Umgrenzung Zentrum
- Einzelhandelsbetriebe



Source : Stadt Aachen, 2008

La liste des produits de consommation courante et non courante pour les aires d'approvisionnement central a également été arrêtée sur base d'un groupe de travail « commerce de détail » au niveau de la région urbaine. C'est ainsi que des produits comme par exemple les produits alimentaires, les livres, les vêtements, les produits informatiques, les produits de bijouterie, etc sont considérés comme d'approvisionnement de proximité (local et/ou central). Les produits de type pondéreux sont par ex. les meubles, les produits de construction (type brico), les tapis et papiers-peints, etc. Les surfaces commerciales offrant ce type de produits s'installent généralement en périphérie des villes (bien souvent dans des zones spécialisées).

3. Exemples

A titre d'exemples nous pouvons citer 2 cas concrets d'aires centrales d'approvisionnement : la Elsassstraße et Haaren.

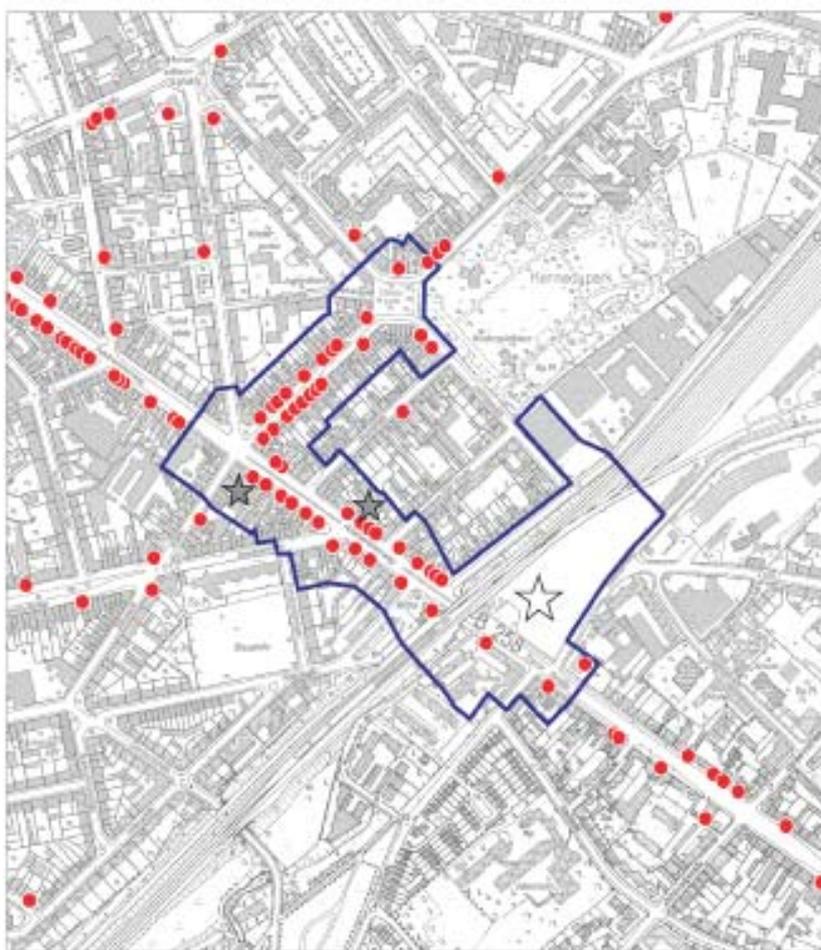
3.1. La Elsassstraße

Ce périmètre (Carte 2) a été défini sur base des critères suivants : un pouvoir d'achat de 15 000 habitants, une situation centrale dans un quartier d'Aix-la-Chapelle, la présence de 44 unités commerciales, la présence de 2 supermarchés focalisés sur les produits alimentaires, 2 800 m² de surface de vente pour produits de proximité et un chiffre d'affaires du commerce local correspondant à plus de 20 % du pouvoir d'achat. Il a également été tenu compte de l'accessibilité du quartier pour fixer le périmètre.

Dans le périmètre défini se trouvent une multitude de commerces et de surfaces commerciales permettant de couvrir les besoins de la population du quartier. Nous y trouvons aussi bien des discounters alimentaires, un shopping center, un supermarché, des commerces spécialisés dans des assortiments de consommation courante, des établissements du secteur de l'HORECA, ... bref de quoi satisfaire les besoins de la population locale.

Carte 2 : Aire centrale d'approvisionnement du centre de quartier de la *Elsassstraße* à Aix-la-Chapelle

Stadtteilzentrum - Elsassstraße
Anhang VI



Legende

- Umgrenzung Zentrum
- Einzelhandelsbetriebe
- ★ vorhandener Lebensmittelmarkt
- ☆ geplanter Lebensmittelmarkt

stadt aachen
FB Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen

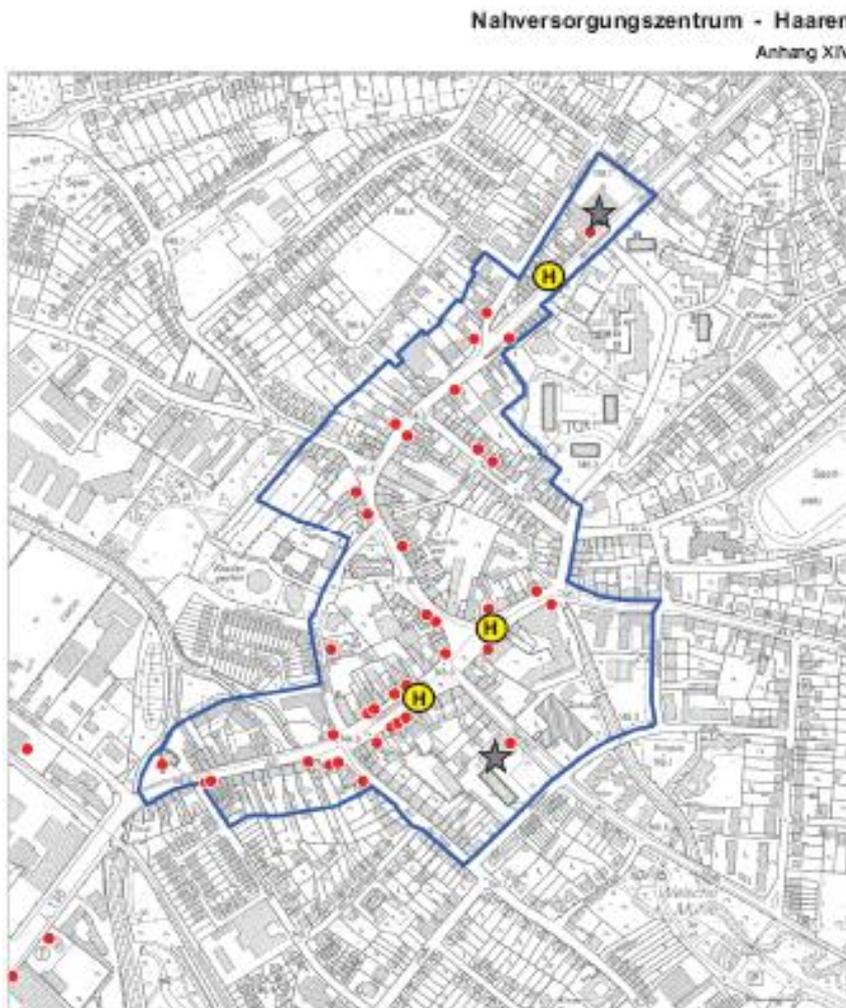
Source : Stadt Aachen, 2008

3.2. Haaren

Le périmètre de Haaren (Carte 3) a été défini sur base des critères suivants : un pouvoir d'achat de 10.000 habitants, une situation centrale dans une zone résidentielle, la présence de deux supermarchés focalisés sur les produits alimentaires, la présence de nombreuses entreprises commerciales et de services. Haaren est classé comme un centre d'approvisionnement de proximité. L'accessibilité en transport en commun et à pied a également été prise en compte.

Dans le périmètre défini se trouvent beaucoup de commerces de proximité et de petite surface. Pour préserver ce caractère, il a été décidé de ne pas classer Haaren comme un quartier de ville afin d'éviter l'implantation de grandes surfaces commerciales.

Carte 3 : Aire centrale d'approvisionnement de proximité du quartier de Haaren à Aix-la-Chapelle



Legende

- Umgrenzung Zentrum
- Einzelhandelsbetriebe
- ★ vorhandener Lebensmittelmarkt
- ☆ geplanter Lebensmittelmarkt
- Bedeutsamer Einzelhandels-Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches
- Ⓜ Haltestelle ÖPNV

stadt aachen

FB Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen

Source : Stadt Aachen, 2008

c) *Le concept de commerce de détail pour la région urbaine*

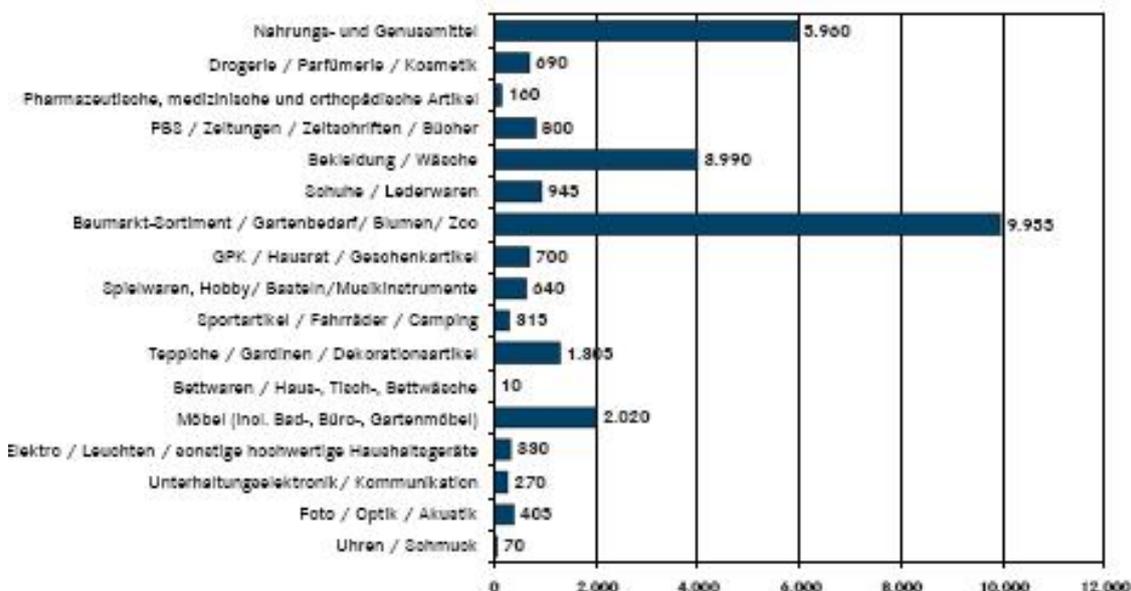
Le concept de commerce de détail pour la région urbaine (*Städteregionales Einzelhandelskonzept – STRIKT Aachen*)⁷ a été approuvé en octobre 2007. Il a été élaboré en concertation étroite entre le gouvernement d'arrondissement de Cologne, la CCI, les associations des classes moyennes et les responsables administratifs des dix communes concernées. La région urbaine a coordonné le projet.

L'approche est en fait identique à celle du concept pour la ville d'Aix-la-Chapelle (ce dernier concept allant toutefois encore un peu plus en détail). A travers ce concept, la région urbaine cherche à assurer un approvisionnement des produits non pondéreux dans le centre des villes, communes et quartiers ainsi qu'à privilégier l'implantation des surfaces de vente de produits pondéreux en périphérie. La politique des courtes distances et des places centrales est maintenue. Les critères pour définir les périmètres sont toujours des critères comme le pouvoir d'achat, la surface de vente déjà présente, le chiffre d'affaires, etc. La liste des produits de consommation courante et non courante pour les aires d'approvisionnement central a aussi de nouveau été arrêtée.

La seule particularité de ce concept est la concertation entre les différentes villes et communes de la région urbaine. Le but est bien entendu de trouver un consensus régional c.à.d. de moins penser à une échelle communale mais plutôt à une échelle régionale. Ici aussi le § 24 a du LEPro est pris comme législation de référence.

De nouveau, ce concept de commerce de détail se base sur une analyse offre-demande réalisée par le même bureau d'expert (*BBE Retail Experts*). Dans le cadre de cette analyse présentée au point 3 de ce document, l'offre commerciale de chacune des dix communes composant la région urbaine est décrite. Cette analyse s'est à nouveau basée sur les surfaces de vente par gamme de produits, le chiffre d'affaires, le pouvoir d'achat et le ratio chiffre d'affaires/pouvoir d'achat.

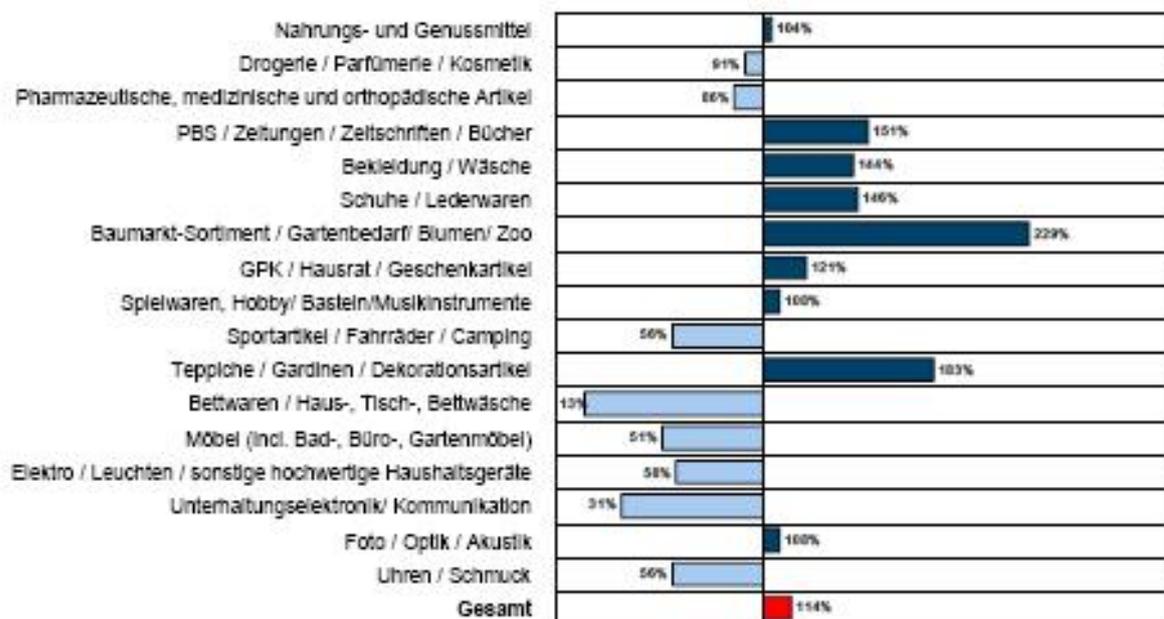
Graphique 1 : Surface de vente par assortiment (en m²) au sein du territoire de la commune de Simmerath (région d'Aix-la-Chapelle)



Source : Stadteregion Aachen, 2008

⁷ Voir les sites : www.staedteregion-aachen.de/zweckverband/zweckverband_projekte/einzelhandel/regionales_einzelhandelskonzept.html et www.staedteregion-aachen.de/zweckverband/zweckverband_projekte/einzelhandel/einzelhandelskonzept_strikt.pdf

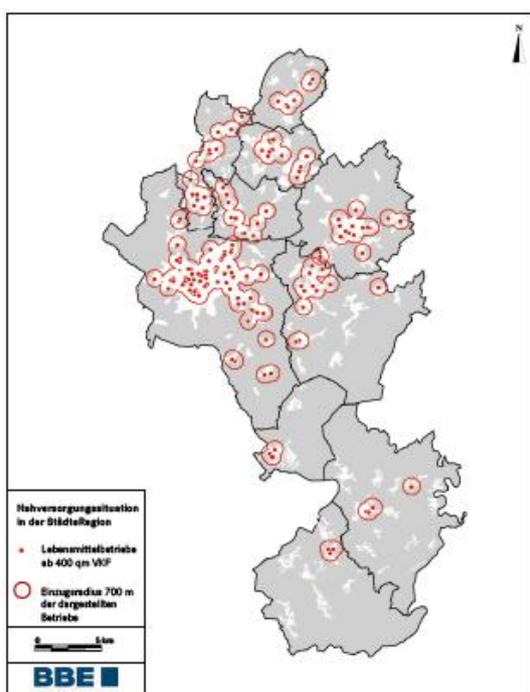
Graphique 2 : Ratio par assortiment du chiffre d'affaires vis-à-vis du pouvoir d'achat au sein du territoire de la commune de Simmerath (en %)



Source : Stadteregion Aachen, 2008

La répartition géographique des commerces a été analysée. Pour les commerces de consommation courante, la distribution spatiale des points de vente de plus 400 m² a été mise en relation avec la délimitation des zones urbanisables au sein des plans d'affectation du sol. Comme le montre la Carte 4, ce croisement s'est opéré tenant compte d'un périmètre circulaire basé sur un rayon de 700 m illustrant l'espace accessible à pied depuis le commerce en question.

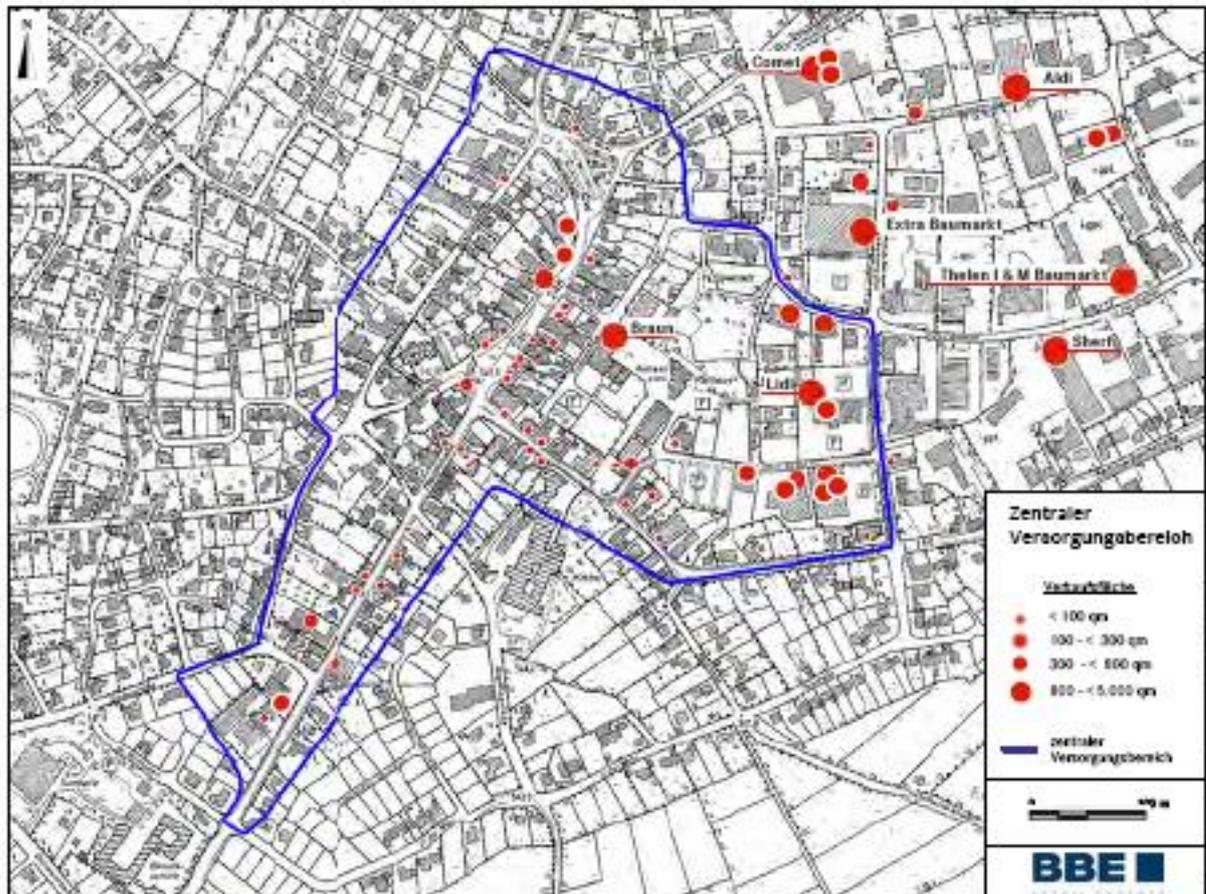
Carte 4 : Zones accessibles depuis les surfaces de vente de plus de 400 m² dédiées aux achats courants (cercles 700 m de rayon) au sein de la région urbaine d'Aix-la-Chapelle



Source : Stadteregion Aachen, 2008

De même, la délimitation des principales aires centrales d'approvisionnement (à l'exception des aires centrales de proximité) est également présentée dans cette troisième partie du concept de commerce de détail (voir Carte 5).

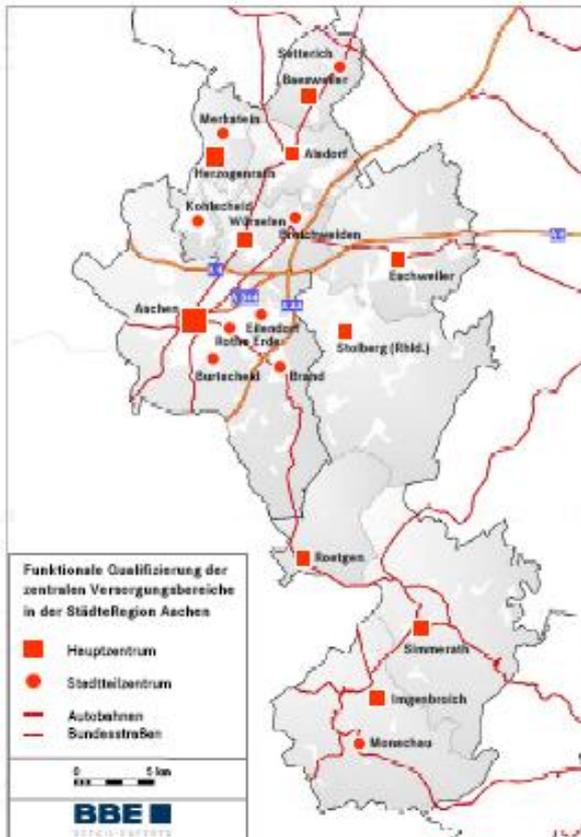
Carte 5 : Aire centrale d'approvisionnement du centre moyen de Simmerath (région d'Aix-la-Chapelle)



Source : Stadteregion Aachen, 2008

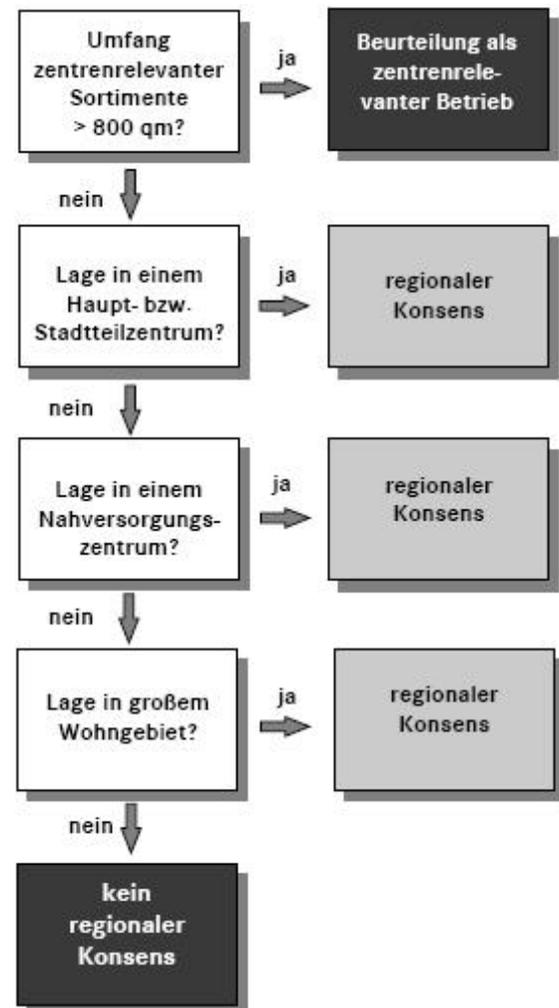
Dans le chapitre 4 de ce concept (Strikt Aachen), sont exposées les principales orientations concernant la localisation des grandes surfaces commerciales. C'est notamment ici qu'est présentée la liste des assortiments acceptés dans les différents types d'aires centrales d'approvisionnement (depuis les centres principaux jusqu'aux centres de proximité). Est aussi exposée la distinction entre pôles d'achats principaux et secondaires (carte 6). C'est aussi en ce chapitre 4 qu'est exposée la façon dont la tutelle régionale s'exerce lors de l'examen de chaque projet d'implantation commerciale, tenant compte de la taille du projet, de son assortiment et de l'équilibre au niveau local entre pouvoir d'achat et chiffre d'affaire (figure 1).

Carte 6 : Distinction entre centres d'approvisionnement principaux et centres de quartier au sein de la Région urbaine d'Aix-la-Chapelle



Source : Stadteregion Aachen, 2008

Figure 1 : Rôle joué par la tutelle régionale dans la procédure liée à un projet touchant un assortiment ne relevant pas de l'offre de centre-ville



Source : Stadteregion Aachen, 2008

3.1.2.2 La ville de Münster

La ville de Münster compte environ 280.000 habitants et se situe dans la partie nord-ouest du Land NRW près de la frontière néerlandaise. Dans le système des places centrales du Land NRW, Münster est considéré comme un centre supérieur dont l'aire d'influence compte environ 1,5 million d'habitants. Münster est un pôle commercial, administratif et de services. De plus, il s'agit d'un centre universitaire comptant un nombre élevé d'étudiants. Bref une ville riche et animée. Münster est essentiellement connue pour sa politique intégrée en matière de transports en commun et d'aménagement du territoire (plus de 60 % de modes non automobiles dans les déplacements des habitants) ainsi que pour sa politique de protection du climat et sa mise en œuvre du processus Agenda 21 (participation active des citoyens dans le développement et la gestion de la ville).

1. La politique d'aménagement du territoire

Dans la littérature, elle est souvent citée en exemple pour sa politique de la ville des courtes distances et, donc, de mixité commerce-logement⁸. Grâce à cette politique intégrée de transport et d'aménagement du territoire, elle a réussi à fortement limiter l'usage de l'automobile. La part de marché de la voiture n'y est que de 37 %, celle des vélos de 32 % et des TC 10 %. Le solde des parts modales concerne principalement la marche à pied et, secondairement, les autres modes de transport. Pour arriver à ce résultat, Münster a décidé depuis plusieurs décennies de mener une politique basée sur les centralités secondaires de l'agglomération. En effet, Münster se caractérise par une série de noyaux urbains situés de manière concentrique (en deux ceintures) autour du centre historique.

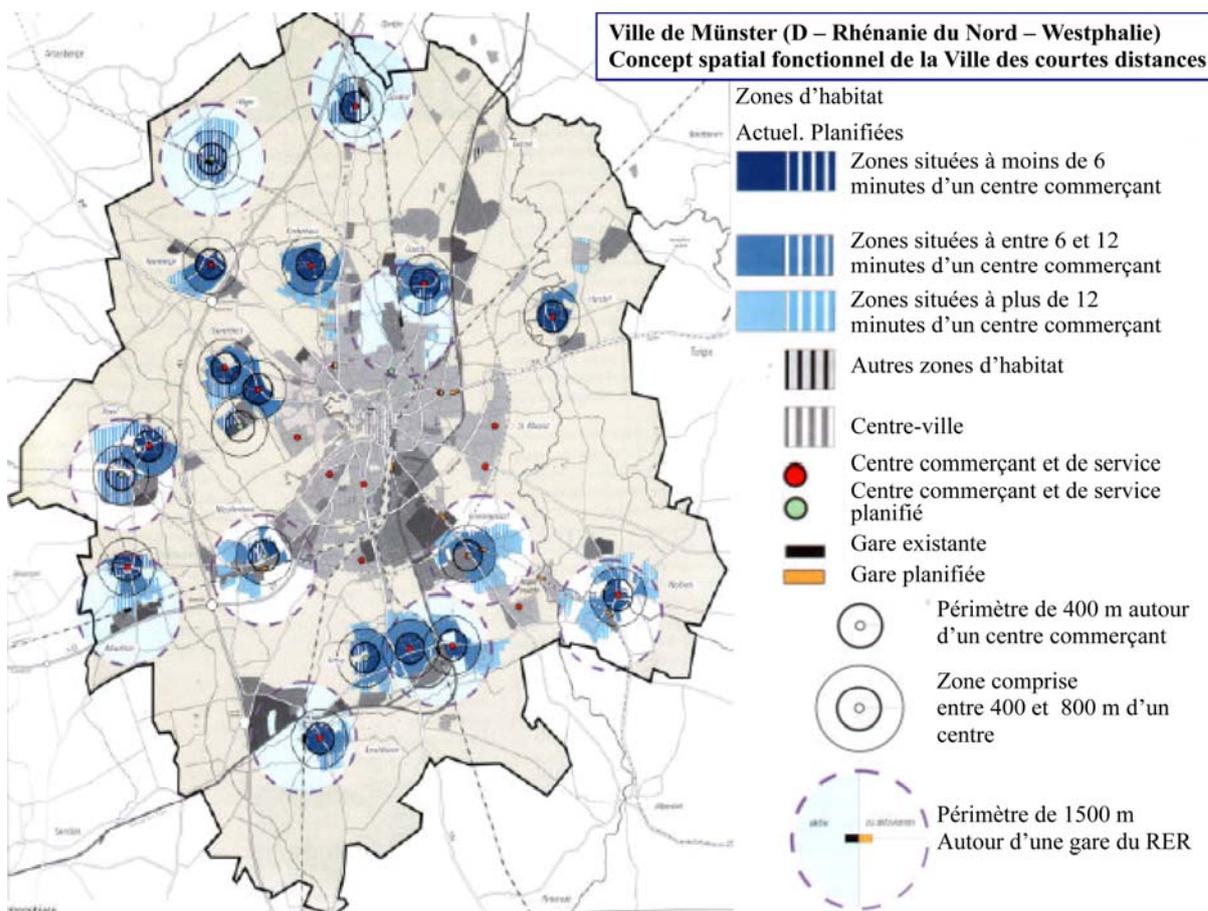
Tout d'abord, la ville de Münster a dressé un inventaire des noyaux urbains en se penchant tout spécialement sur leur desserte par les transports en communs et leur offre en services (notamment les commerces). Le but de cet exercice était de définir les zones les plus susceptibles d'être développées et pouvant donc accueillir de nouveaux logements. Il s'agit de faire face à l'exode urbain en tentant de maintenir au maximum la population en périphérie de Münster. Ce projet a mené à la construction de plus de 18.000 logements en 10 ans dans le centre-ville et les noyaux urbains avoisinants. De véritables pôles secondaires se sont ainsi développés. Cette mesure a d'ailleurs permis de maintenir des quartiers aux structures sociales mixtes.

Au travers de son schéma des fonctionnalités territoriales ou concept spatial fonctionnel adopté début des années 1990 (*Raumfunktionales Konzept* - Carte 7), Münster dispose d'une stratégie globale visant à mettre en cohérence la localisation des principales fonctions urbaines. Cette recherche de grande mixité fonctionnelle au sein d'une structure polycentrique concerne en particulier les fonctions suivantes : d'une part, le logement et, d'autre part, les activités recrutant une grande part de leur public dans les quartiers proches (comme les commerces de consommation courante, les écoles, divers services aux personnes...). Cette polycentralité a été adoptée dans le but de maximiser le recours aux alternatives à la voiture, en particulier pour les trajets liés aux achats. Au travers de ce concept spatial, il est aussi décidé d'organiser clairement les développements résidentiels autour des arrêts du RER parcourant le Münsterland ainsi qu'autour de multiples pôles secondaires commerçants (existants ou planifiés en même temps que les quartiers d'habitat). Ce « schéma des fonctionnalités territoriales » (*Raumfunktionales Konzept*) n'est en fait qu'un document de préparation à la révision du schéma directeur. Il précise cependant de façon explicite une stratégie globale d'aménagement du territoire visant à réduire la dépendance à la voiture pour les trajets quotidiens (tant ceux liés au motif travail que ceux liés au motif achats).

Ce schéma répertorie ainsi les divers noyaux commerçants existants ou à créer et indique que l'urbanisation résidentielle doit s'organiser de façon concentrique autour de ces noyaux. Vis-à-vis de ces multiples petits regroupements commerciaux de proximité, deux distances seuils sont retenues. Une première distance s'élève à 400 m, soit l'équivalent de 6 minutes à pied. C'est dans le cercle lié à ce rayon que l'urbanisation résidentielle doit s'implanter prioritairement. Une priorité secondaire est accordée à l'urbanisation des terrains situés à moins de 800 m de ces noyaux commerçants, soit l'équivalent de 12 minutes à pied.

⁸ Voir les sites : www.muenster.de/stadt/stadtplanung/raum-einzelhandel.html, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/raum-zentren.html, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/zentrenfunktion-beiplan.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/FNP-beiplan.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/Zentrenkonzept.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/zentren-funktionsmodell.pdf + de façon générale sur Münster en français : www.bahn-ville.net/de/11_arbeitsschritte/phase_3/AP3_Euregiobahn_F.pdf, www.innovations-transport.fr/IMG/pdf/FR_S03.pdf et en allemand www.ils-forschung.de/down/siedlungsentw-schiene.pdf.

Carte 7 : Ville de Münster – Concept spatial fonctionnel de la ville des courtes distances.



Source : K. J. Beckmann, 2001, p. 38

La logique sous-tendant ce schéma datant des années 90 s'inscrit dans une politique forte depuis plusieurs décennies s'inspirant du concept de la ville des courtes distances. Si Münster a fort bien réussi à se muer en une ville des courtes distances, c'est grâce au recours à différents outils d'aménagement du territoire dont le plan de développement territorial pour l'arrondissement de Münster, à l'utilisation de subsides du Land (Münster pratique une politique foncière basée sur l'acquisition prospective de terrains), à une concertation étroite entre responsables politiques et administrations et surtout à une campagne intensive de publicité et la participation active de la population.

L'accès du centre ville depuis les pôles secondaires est garanti par une excellente desserte en transports publics (qualité du réseau, horaires, ...). Même certaines anciennes lignes ferroviaires ont été rouvertes au trafic. Mais seuls les transports en public ne garantissent pas le succès. La ville a également décidé, via les plans d'aménagement du territoire et les différentes législations en matière d'implantation commerciale, de tout mettre en œuvre pour développer la mixité des fonctions dans les pôles secondaires. Ainsi habitat, commerces, services, centres de loisirs, centres culturels, ... s'y côtoient.

Dans les pôles secondaires Münster consent également beaucoup d'efforts à développer des cheminements à pied et à vélo afin d'accroître la qualité environnementale.

En ce qui concerne les zones d'activités économiques, la ville de Münster cherche à les localiser le plus possible en périphérie immédiate de la ville et des noyaux secondaires tout en assurant une bonne accessibilité par les transports publics. Une attention particulière est aussi portée sur l'aménagement de ces zones notamment via des espaces verts.

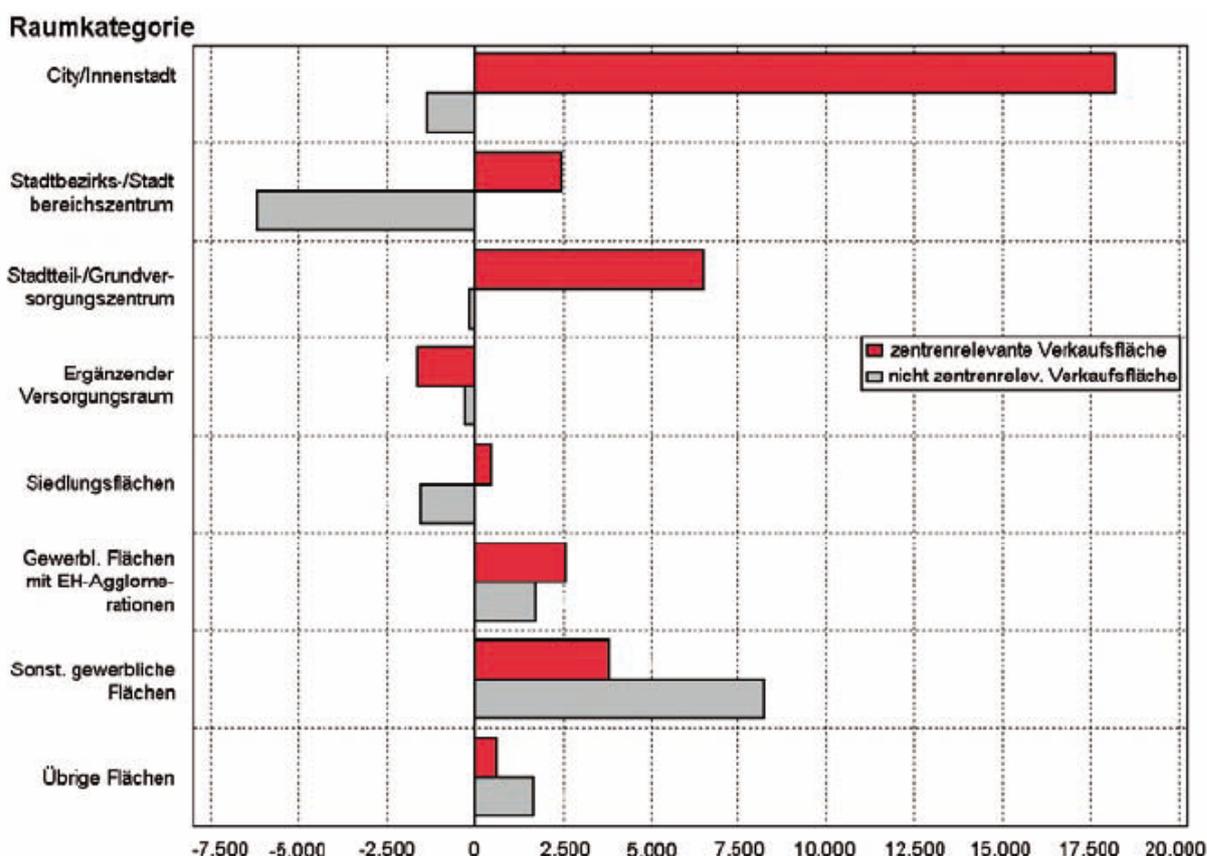
2. Le concept du commerce de détail et des centres

En février 2009, la Ville de Münster vient d'adopter son tout nouveau Concept du commerce de détail et des centres (*Einzelhandels- und Zentrenkonzept Münster*)⁹. Ce faisant, la ville de Münster s'est conformées aux obligations imposées par le Land et découlant du nouveau § 24 a de la LEPro et du nouvel arrêté sur le commerce de détail (*Einzelhandelserlass NRW*). Fruit d'une large concertation ayant duré deux ans, ce document fourni notamment :

- la délimitation des aires centrales d'approvisionnement (avec distinction de 5 types de polarités) ;
- la liste des assortiments qui relèvent de ces aires centrales ;
- une indication sur le rapport entre chiffre d'affaires et pouvoir d'achat pour chaque assortiment ;
- une estimation des possibilités d'extension de l'appareil commercial de la ville à l'horizon 2020 pour chaque assortiment.

Cette stratégie s'appuie sur un réel monitoring de l'offre commerciale au sein de la Ville. L'analyse de l'offre commerciale présentée dans ce concept s'opère en distinguant les assortiments qui relèvent des aires centrales d'approvisionnement, d'une part, et ceux qui ne relèvent pas de ces aires, d'autre part (Graphique 3 et Carte 8).

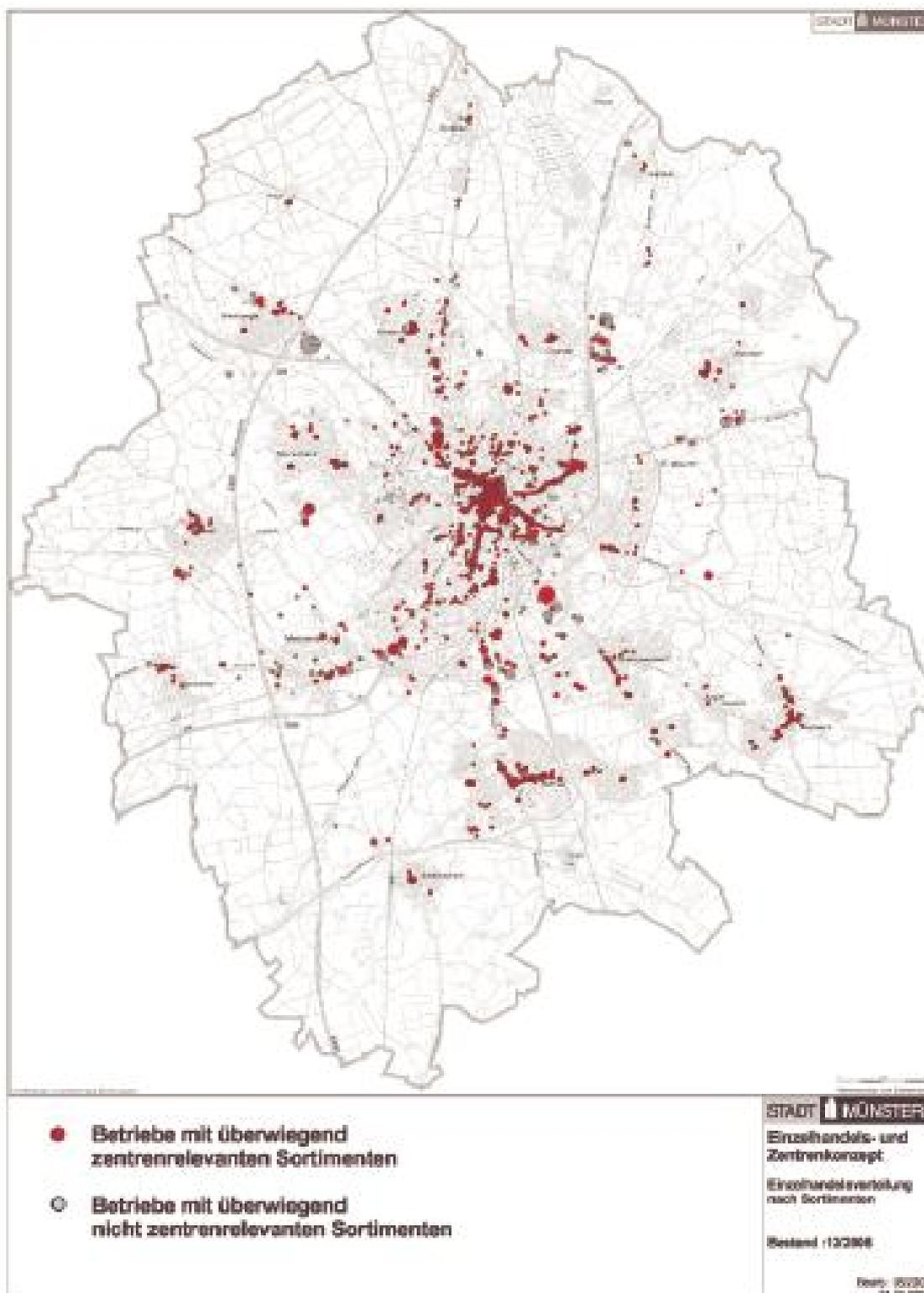
Graphique 3 : Evolution de la surface de vente entre décembre 2003 et décembre 2006 au sein des différents types d'espaces composant le territoire de la Ville de Münster selon que l'assortiment relève ou non de l'offre des aires centrales



Source : Stadt Münster, 2009

⁹ Voir les sites : www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/einzelhandels_und_zentrenkonzept_2009.pdf et www.muenster.de/stadt/stadtplanung/raum-einzelhandel.html

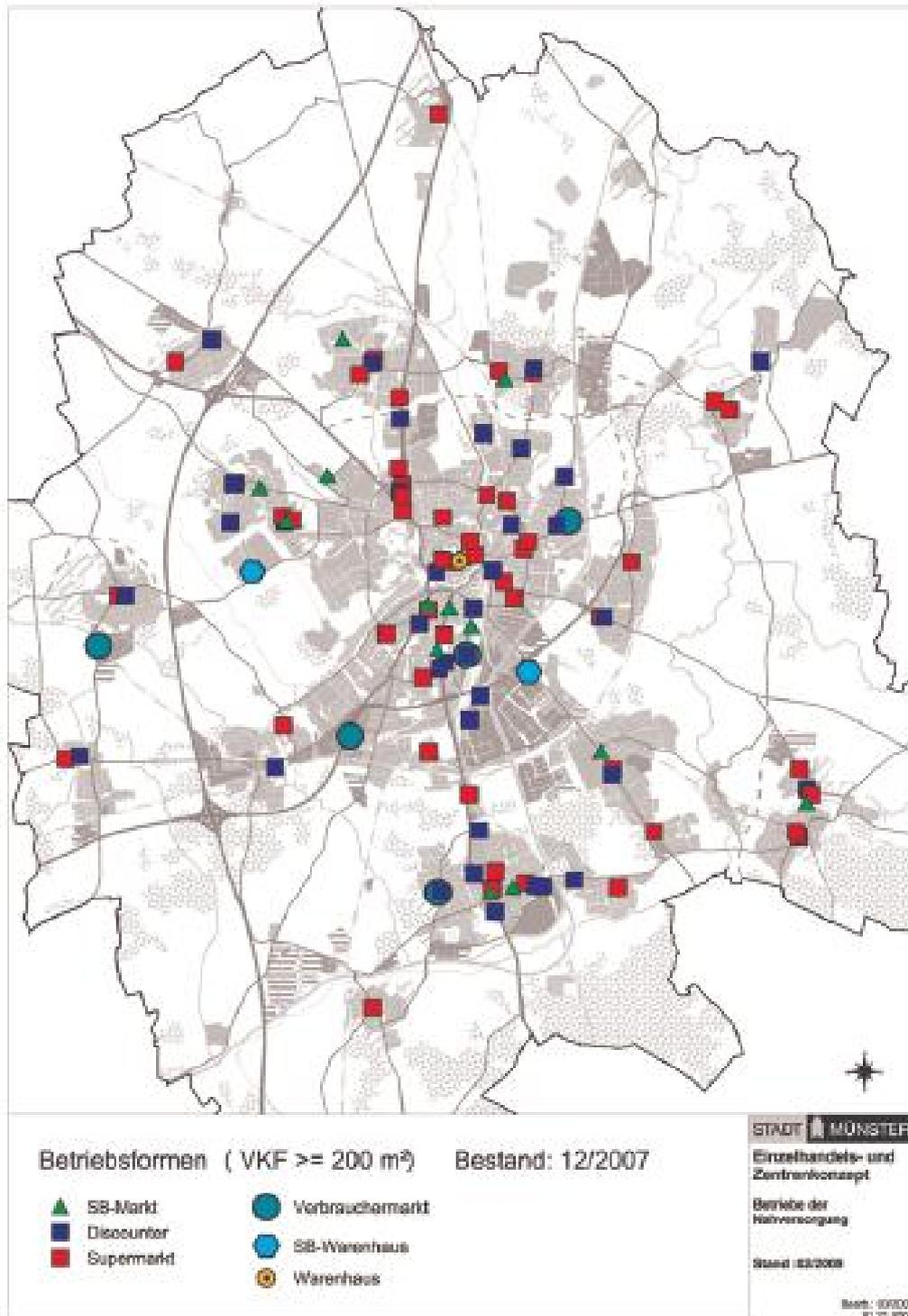
Carte 8 : Distribution des points de vente au sein de la Ville de Münster selon la surface de vente et selon que l'assortiment relève ou non de l'offre de centre-ville



Source : Stadt Münster, 2009

Cette analyse de l'offre commerciale traite de façon spécifique la distribution des points de vente de plus de 200 m² consacrés aux biens de consommation courante (Carte 9).

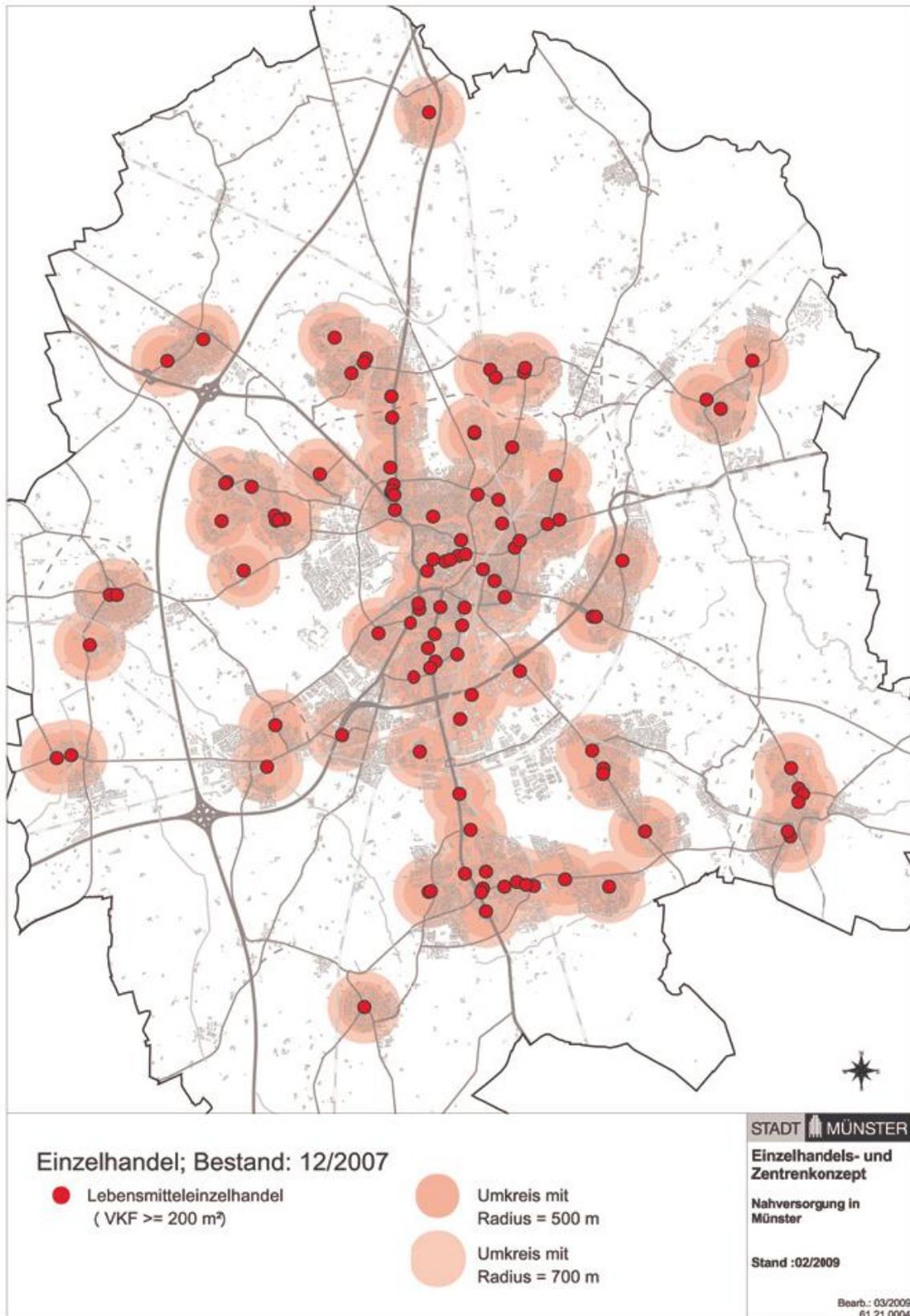
Carte 9 : Distribution des commerces de plus de 200 m² de surface de vente consacrés aux biens de consommation courante au sein de la Ville de Münster



Source : Stadt Münster, 2009

Cette distribution spatiale des commerces de plus de 200 m² consacrée aux achats courants est mise en relation avec la localisation des zones urbanisables pour voir si les quartiers d'habitat coïncident bien avec les zones de bonne accessibilité pédestre depuis ces points de vente. Pour ce faire, autour de chaque implantation commerciale, deux cercles concentriques sont tracés (un de 500 m de rayon, un second de 700 m de rayon – Voir Carte 10).

Carte 10 : Accessibilité à pied des zones urbanisables au sein de la Ville de Münster à partir des commerces de plus de 200 m² de surface de vente consacrés aux biens de consommation courante



Source : Stadt Münster, 2009

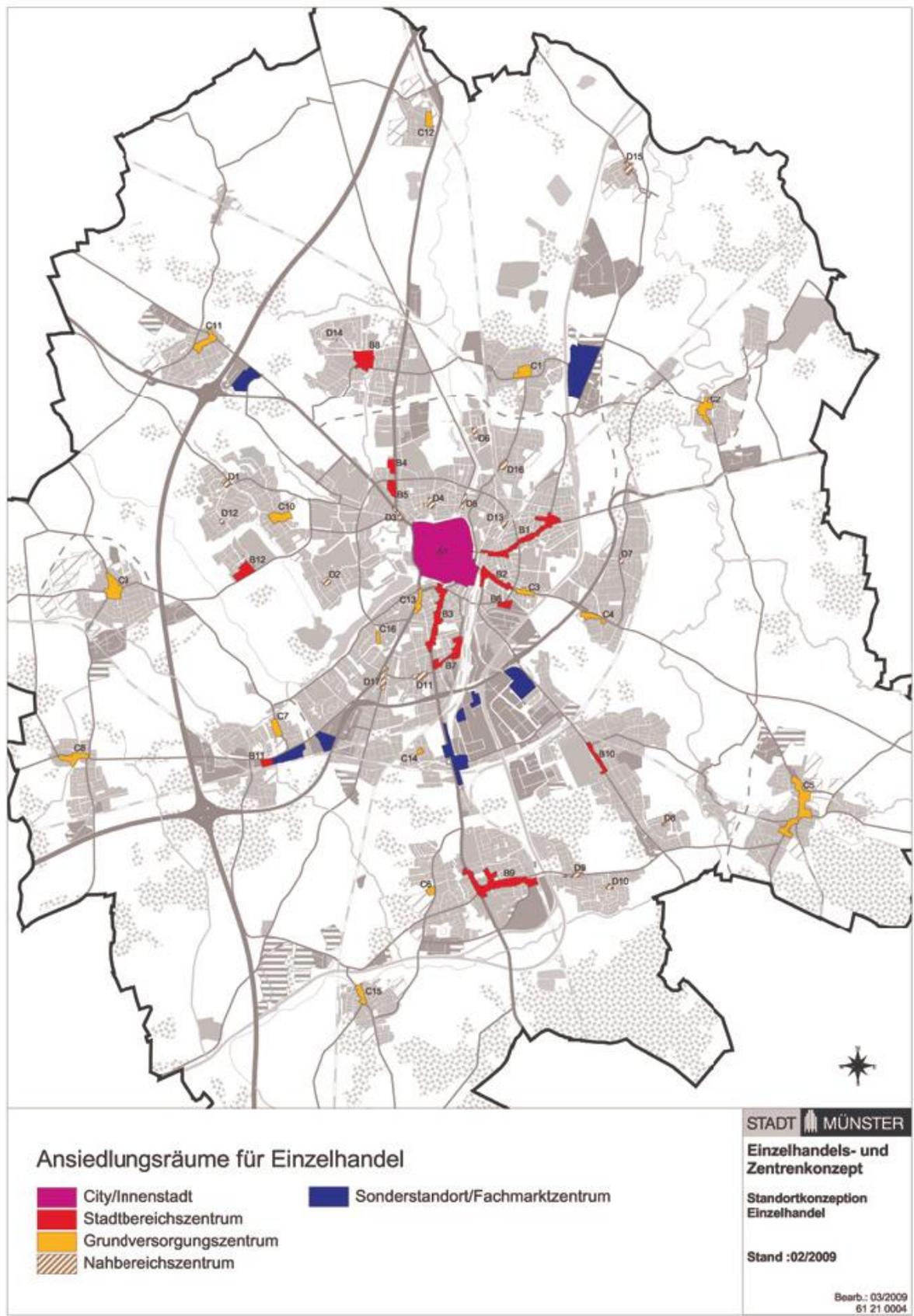
Cette description de la structure actuelle du commerce tient également compte des comportements de mobilité observés dans le centre-ville de Münster. Les résultats des dernières enquêtes relatives au choix modal rencontré dans le centre de Münster (vieille-ville + quartier de la gare centrale) sont ainsi présentés. De même, l'offre en parking présente au centre-ville et son taux d'occupation à divers moments font également l'objet d'une discussion.

A la suite de cette partie décrivant la structure actuelle du commerce, sont présentés les critères retenus en vue de la délimitation des aires centrales d'approvisionnement au sein du territoire de la Ville de Münster (Carte 11). Pour ce faire, une typologie des aires centrales a été retenue. Pour les commerces qui relèvent des aires centrales, quatre types d'espaces correspondant à quatre niveaux hiérarchiques ont été identifiés. Le cinquième type d'espace correspond à des polarités commerciales périphériques dévolues aux commerces ne relevant pas des aires centrales d'approvisionnement, c'est-à-dire aux commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux (matériaux de construction, meubles...).

Sur base de cette structure actuelle, un schéma du futur système des centres est proposé (Carte 12). Il s'agit cette fois d'une vision stratégique de la distribution spatiale des polarités commerciales pour les commerces qui relèvent des aires centrales à l'horizon 2020. Une série de nouvelles polarités commerciales sont ainsi appelées à compléter la structure actuelle en des lieux où se développent de nouveaux quartier d'habitat. De même, pour une série de polarités commerciales existantes, c'est un relèvement de niveau dans la hiérarchie des polarités commerciales qui est envisagé.

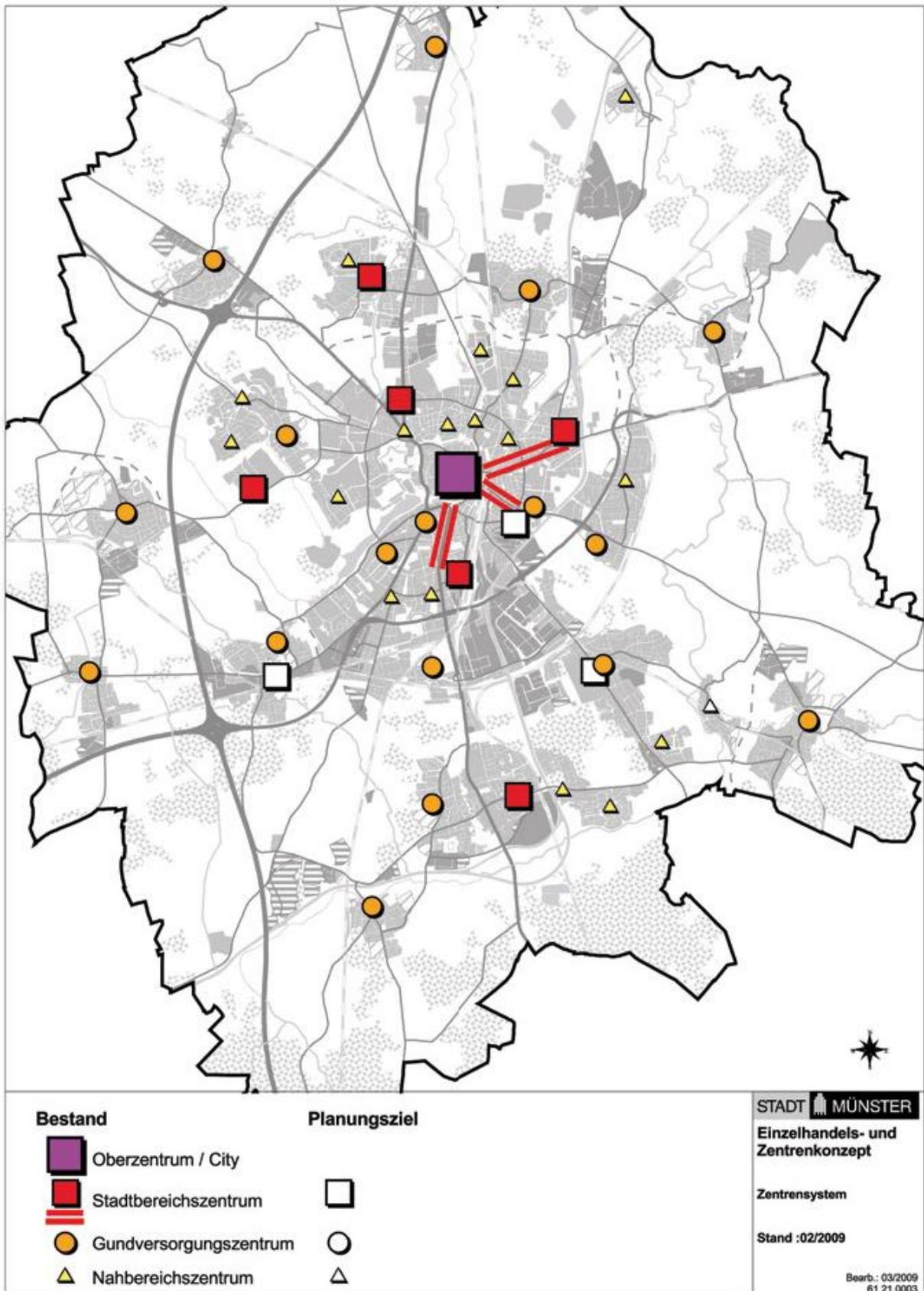
La liste des assortiments admissibles dans chaque type d'espace (les 5 présentés ci-avant + le reste du territoire urbanisable) est ensuite présentée.

Carte 11 : Délimitation et typologie des aires centrales d'approvisionnement de la Ville de Münster



Source : Stadt Münster, 2009

Carte 12 : Futur système des centres de la Ville de Münster à l'horizon 2020

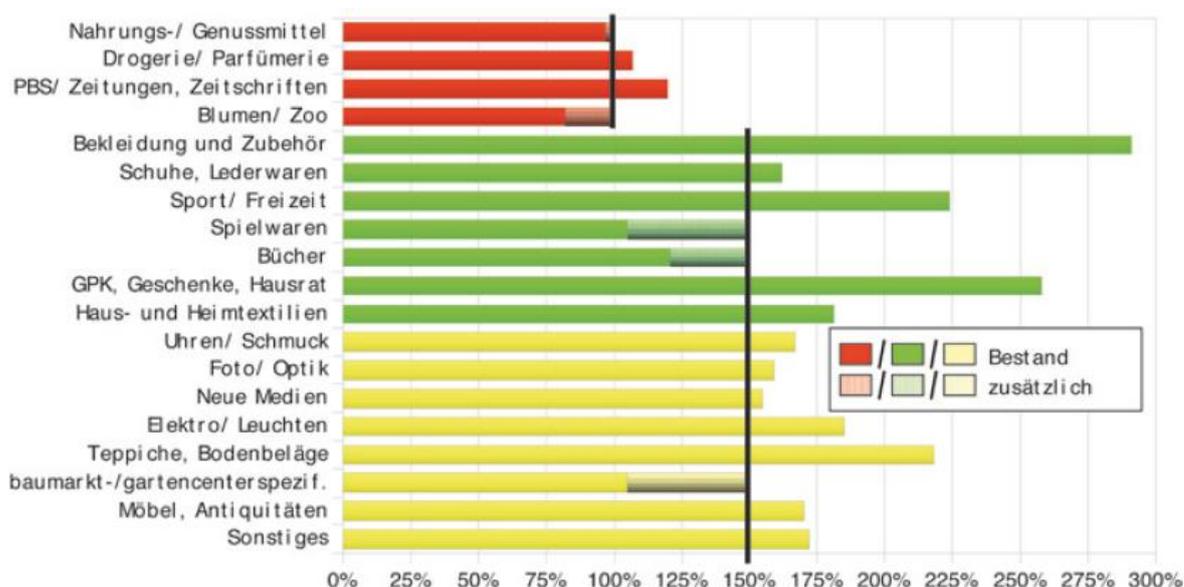


Source : Stadt Münster, 2009

Pour terminer, le concept du commerce de détail et des centres de Münster fournit des estimations pour le futur concernant le rapport offre / demande sur le territoire e la Ville. Ces perspectives de développement à l'horizon 2015 et 2020 tiennent compte de prévisions démographiques (quasi *statu quo* de la population attendu). Tenant compte du volume de population attendu, du pouvoir d'achat estimé et du rapport offre / demande mesuré dans la situation actuelle, le concept fourni une estimation par assortiment des surfaces admissibles d'ici 2020 (Graphique 4).

Pour les achats courants, le rapport entre chiffre d'affaires et pouvoir d'achat des 280 000 habitants de la Ville de Münster servant de référence est de 100 %. On considère donc que, pour ce type d'achats, assurer une offre de proximité au sein des quartiers résidentiels est une politique généralisée à toute la région urbaine. L'offre de ce type au sein de la ville de Münster n'est donc pas appelée à jouer un rôle supracommunal. Par contre, pour tout le reste du commerce, le rôle supralocal de l'offre commerciale de la ville de Münster est recherché. Dans ce but, pour tous les autres types d'assortiments, le rapport jugé optimal entre chiffre d'affaires et pouvoir d'achat local est fixé à 150 %. Ceci tient donc compte du fait que, pour les achats semi-courants, l'offre commerciale de la ville de Münster a un effet polarisateur majeur sur la population du reste de la région urbaine (le Münsterland).

Graphique 4 : Rapport entre le chiffre d'affaire réalisé par assortiment et le pouvoir d'achat des résidents au sein de la Ville de Münster et écart vis-à-vis de l'objectif fixé pour l'horizon 2020.



Source : Stadt Münster, 2009

Ces prévisions montrent que la Ville de Münster a décidé d'être très restrictive quant au nombre de m² qu'elle est susceptible d'accepter dans les prochaines années. Plutôt que d'augmenter la quantité de la surface de vente de nombreux assortiments, la partie perspectives de ce document met en avant un objectif qualitatif. Il met également en avant l'objectif d'une juste distribution de l'offre commerciale entre les différentes parties de la Ville afin de minimiser les trajets impliquant de longues distances de déplacement (et donc une forte dépendance à la voiture) surtout pour les achats courants.

3.2 RHÉNANIE PALATINAT : LEP IV

Au sud du Land de Rhénanie du Nord Westphalie, la Rhénanie Palatinat (*Rheinland-Pfalz*) compte environ 4 millions d'habitants sur 19 853 km². Ce Land comprend 2303 communes. La Rhénanie Palatinat est donc un des rares Länder allemand où il n'y a pas eu de grande opération de fusion des communes.

Le nouveau programme, le *Landesentwicklungsprogramm IV* (LEP IV) a été adopté en octobre 2008¹⁰. Le document définit le développement voulu pour les dix années à venir. Il prend notamment en compte les défis liés aux changements démographiques, à la mondialisation et au développement durable. Le développement urbain en est une priorité.

La seconde partie du document regroupe les objectifs et principes du développement du Land. Le commerce est traité au point 3.2.3 (pp. 96-100) Institutions et services publics – Grandes surfaces de détail (*Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen – grossflächiger Einzelhandel*).

Ces objectifs et principes y sont au nombre de huit, il en ressort essentiellement :

- l'importance de l'approvisionnement de proximité dans les lieux-centraux (principe 56) Ainsi la création et l'extension de commerces de détail de grande surface ne sont permises que dans les lieux centraux. Les grandes surfaces de plus de 2 000 m² ne sont autorisées que dans les centres moyens et supérieurs.

A titre exceptionnel, des communes non centrales mais ayant plus de 3 000 habitants peuvent autoriser des grandes surfaces allant jusqu'à 1 600 m² si celles-ci sont bien intégrées et n'ont pas d'impacts négatifs sur les structures d'approvisionnement en place (objectif 57)

- le commerce de détail apporte une contribution non négligeable à l'attrait des localités centrales. L'intégration urbanistique des commerces de détail doit éviter de causer des dommages aux fonctions des centres villes. Il est également important d'avoir une approche de complémentarité des fonctions (objectif 58).

Une liste des assortiments qui doivent se retrouver dans les centres villes (*kernegebiete*) est définie dans le document. C'est le cas entre autres des aliments, des articles de cosmétique, des articles de droguerie, de l'horlogerie, des articles de décoration (à l'exception des meubles), des articles hifi et de divertissement, de la papeterie, des fleuristes, des articles pour enfants, de l'habillement et articles de maroquinerie...

Toutefois, l'agrandissement ou la création de grandes surfaces avec des assortiments non relevant pour le centre-ville peuvent être autorisés dans les zones centrales. Cela peut en effet être cautionné dans la planification régionale (objectif 59).

- la planification régionale et les pouvoirs locaux doivent prendre en compte la problématique des assortiments. D'où également l'importance des contrôles (objectif 60)
- l'accent est également mis sur l'importance de la « planification énergétique » avec notamment une distance maximale entre les entrées de magasins et la sortie d'agglomération (à moins de 150 m) (principe 61) ou l'accessibilité par les transports collectifs (principe 62).
- les zones rurales ne sont pas en reste. La disparition des commerces de détail doit y être évitée (principe 63).

¹⁰ Voir le site : www.ism.rlp.de/Internet/nav/a14/broker.jsp?uMen=c6f40d97-8d65-bd11-a3b2-171865a3eafa

4. ASPECTS NORMATIFS

4.1 LES AFFECTATIONS COMPATIBLES AVEC LA FONCTION COMMERCIALE DANS LE BAUNVO

D'après l'ordonnance fédérale pour l'utilisation du sol (BauNVO) :

- les petits magasins, les restaurants,... qui fournissent des services à la population locale peuvent être permis dans les zones résidentielles ;
- les magasins de taille moyenne allant jusqu'à environ 1 200 m² de surface au sol sont permis dans les noyaux urbains voire dans les zones mixtes (*Mischgebiete*) ;
- les opérations de grande envergure comme les centres commerciaux ne sont acceptées que dans les zones centrales (*Kerngebiete*) ou dans des zones spéciales (*Sondergebiete*) dont les zones pour centres commerciaux et commerces de grande surface (*Gebiete für Einkaufszentren und grossflächige Handelsbetriebe*).

Le BauNVO définit les « grandes surfaces » comme étant des centres commerciaux ou des magasins de grande surface voire d'autres entreprises commerciales de grande envergure qui, en fonction de leur nature, de leur emplacement ou de leur ampleur, seraient susceptibles d'avoir un impact non négligeable sur les objectifs d'aménagement du territoire et de planification régionale ou sur le règlement d'urbanisme. En général (variation selon le Land), on considère qu'il y a un impact lorsque la surface au sol dépasse 1 200 m².

De plus, la délimitation de telles zones dans un B-plan nécessite une étude d'incidences qui doit vérifier :

- si un projet d'implantation ne sera pas une menace pour les espaces commerciaux existants ;
- si elle ne changera pas de manière trop importante le réseau de voiries ou les espaces de stationnement existants ;
- si elle n'aura pas d'impacts sur l'environnement.

Si la surface hors œuvre est supérieure à 5 000 m² et si un B-plan est établi dans une zone naturelle (*Außenbereich*), une évaluation des incidences du projet sur l'environnement doit être réalisée.

4.2 PERMIS DE CONSTRUIRE

Tout projet concret de grande surface est examiné à partir d'une demande de permis de construire (*Baugenehmigung*). Ce permis est octroyé par les autorités compétentes (la commune ou le *Kreis* dans le cas de très petites communes) pour autant que les règles générales de construction, d'aménagement et d'urbanisme soient respectées.

La complexité d'un dossier dépendra de la taille du projet d'implantation, de son impact présumé sur l'environnement et sur les commerces du centre-ville. Les diverses réglementations permettent au service compétent d'imposer de construire sur plusieurs étages, que le stationnement soit payant, d'interdire ou de réduire l'affichage publicitaire, de réduire la gamme des produits proposés...

La procédure varie selon la présence ou non d'un B-plan et de l'affectation de la zone dans laquelle le projet veut s'insérer :

- quand il existe un B-plan et une zone prévoyant ce type d'implantation (cf. BauNVO), l'obtention du permis de construire ne devrait pas poser de problème (sous réserve de justifier la non-concurrence avec le centre-ville et si la viabilisation de réseaux de ravitaillement et d'évacuation des eaux et la fourniture en électricité est assurée).

- en l'absence d'un B-plan, une implantation commerciale est difficilement envisageable et nécessite une procédure très lourde de création d'un B-plan. Dès lors, la pratique n'est pas rare de transformer purement et simplement le projet d'un promoteur en B-plan. La dispersion des grandes surfaces en périphérie, au gré des opportunités foncières ou immobilières, est ainsi très limitée.

L'assortiment proposé dans les magasins de grande surface fait l'objet d'attention particulière de la part des autorités compétentes. Ainsi, les produits de consommation courante que la population peut acheter dans les centres villes ne doivent pas être vendus hors de ceux-ci. La loi donne la possibilité aux autorités locales de refuser les implantations commerciales correspondant à des offres « *comparables et concurrentes à celles des zones centrales à usage commerciale* » au travers des B-plan. De la même façon, elle peut limiter le pourcentage des surfaces de vente prévu pour ces produits. Il s'agit essentiellement de produits de consommation courante comme les produits alimentaires et les produits d'équipement de la personne mais également des produits de consommation non courante tels que livres et papeterie, articles de sport que la population peut acheter en centre-ville. L'objectif est de ne pas causer de préjudice commercial tout particulièrement aux commerces (de petites et moyennes surfaces) situés dans les centres-villes ou dans les petites communes (BONDUE, 1998 ; HEINDRICHS et KLINKENBERG, 1999 ; TILKORN, 2002).

En outre, le B-plan peut limiter la superficie de certains terrains situés à l'extérieur des villes devant accueillir des commerces destinés à vendre des denrées déterminées. L'implantation de magasins spécialisés de grande surface peut être ainsi contrôlé.

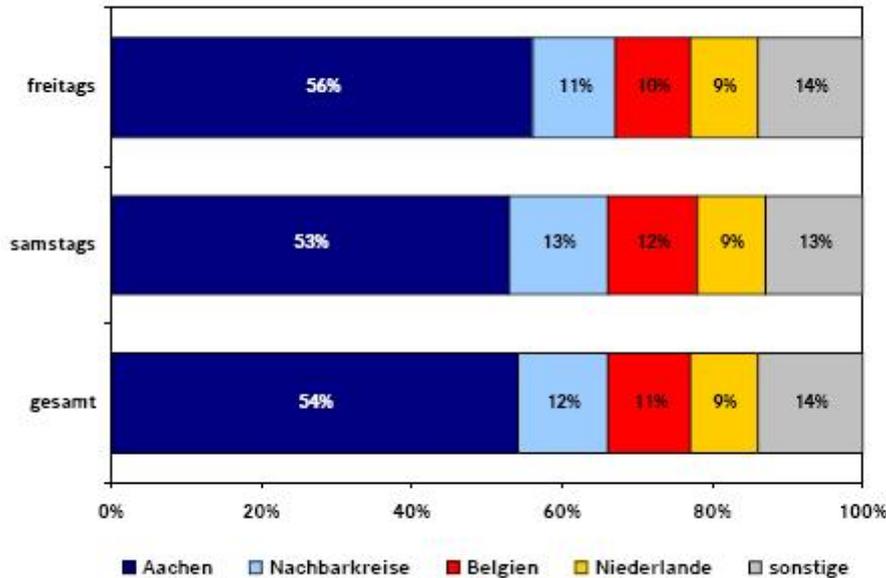
Cette pratique semble être bien respectée à Aix-la-Chapelle (JEHIN J-B., 2002) où les grandes surfaces de la périphérie proposent essentiellement des produits dits pondéreux (jardinage, équipement de la maison...). Le plus grand pôle périphérique (65 000 m²) au nord d'Aix-la-Chapelle, à Würselen, est notamment spécialisé dans le secteur de l'équipement de la maison. Face à ces réglementations, on constate une vitalité positive du centre-ville. Si l'on retrouve aussi des grandes surfaces commerciales dédiées aux biens de consommation courante dans les pôles commerçants périphériques comme en Wallonie, ils y sont moins présents. Par contre à la différence de la Belgique, l'équipement de la personne est quasi complètement absent de la périphérie des villes.

5. ATTITUDE VIS-À-VIS DE L'ÉVASION DU POUVOIR D'ACHAT PAR DELÀ LES FRONTIÈRES

Aucun document traitant de cette problématique entre la Belgique et l'Allemagne n'a été trouvé. Même dans le cas des documents stratégiques (concepts de commerce commercial) pour la Ville et la Région urbaine d'Aix-la-Chapelle, ni l'évasion du pouvoir d'achat intérieur en direction de la Belgique ou des Pays-Bas, ni la captation du pouvoir d'achat extérieur issu de ces deux pays ne sont évoquées explicitement. Dans le concept pour la région d'Aix-la-Chapelle (*Städtereionales Einzelhandelskonzept Aachen*), on apprend juste quelle est la proportion de voitures disposant d'une plaque belge ou néerlandaise au sein des parkings du centre-ville d'Aix-la-Chapelle.

Graphique 3 : Origine spatiale des voitures au sein des parkings du centre-ville d'Aix-la-Chapelle selon le jour de la semaine

Abb. 1: Herkunft der Innenstadtbesucher in der Aachener Innenstadt
(Kfz-Kennzeichenerhebung in City-Parkhäusern)



Quelle: Erhebungen der IHK Aachen am 10./11. und 17./18. März 2006 in den Parkhäusern Büchel, Couvenstraße, Elisengalerie und Rathaus

Source : Stadtregion Aachen, 2008

6. ETUDE DE CAS DE PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ

Cette partie n'a pu être menée à bien faute de temps.

7. FORCES ET FAIBLESSES

FORCES :

- Le principe de développement durable est au centre des préoccupations de l'aménagement du territoire en Allemagne qui intègre donc les préoccupations écologiques aux exigences socio-économiques essentiellement sur le long terme.
- L'organisation allemande donne une large autonomie aux administrations locales et régionales pour élaborer les plans et schémas d'urbanisme tout en les obligeant à rester en conformité avec les principes édictés au niveau supérieur (Länder et Bund). Il existe un véritable processus de concertation entre les divers niveaux de pouvoir (*Gegenstromprinzip*).
- D'une manière générale, le système des places centrale, à la base de l'aménagement du territoire allemand vise la réduction des inégalités d'accès aux équipements et la garantie de l'approvisionnement de base pour toute la population par le maintien d'un équilibre des infrastructures dont les commerces (équilibre entre petites et grandes surfaces, équilibre entre centre urbain et périphérie, équilibre entre villes et zones rurales).
- La promotion et la conservation d'une urbanisation équilibrée selon une vision stratégique de l'aménagement du territoire est ainsi visée. En dehors des centres

retenus comme places centrales, les communes ne peuvent accepter que de petites implantations commerciales répondant aux besoins locaux. Dans certains länder, même au sein des centres de niveau inférieur, les projets commerciaux de grande superficie ne peuvent être autorisés (limite à 2 000 m² en Rhénanie Palatinat). Ce type de grande surface n'est donc admis que dans les centres moyens et supérieurs.

- Les grandes surfaces doivent s'intégrer à la structure d'approvisionnement existante. La différenciation des assortiments permet d'assurer la compétitivité des centres-villes tout en maintenant une structure d'approvisionnement de proximité. Ainsi, la préférence est accordée aux centres-villes et aux localités rurales pour les biens de consommation courante. De même, les nouveaux commerces d'équipement de la personne sont en général uniquement acceptés dans les zones de centre-ville (*kerngebiete et mischgebiete*). Ces restrictions quant à l'assortiment selon le type de localisation, même si elles font l'objet de quelques orientations par les Länder dans le cadre de leur LEP, relèvent surtout de la responsabilité communale. Il est donc fréquent que les communes interdisent ce type de commerce à la périphérie, en conformité avec la loi fédérale sur l'urbanisme (BauGB). Dans certains cas, cet assortiment est accepté mais une limite très basse est en général accordée pour le pourcentage de surface de vente dédiée à ces produits.

Seuls les biens pondéreux sont à localiser préférentiellement en dehors des centres-villes, dans les *Sondergebiete*. Ces développements commerciaux périphériques peuvent également accueillir de grandes implantations commerciales liées aux biens de consommation courante (hypermarchés) dans la mesure où celles-ci ne mettent pas en péril la structure d'approvisionnement existante.

- De manière pratique, l'obtention du permis de construire peut être relativement rapide si le demandeur envisage de s'implanter dans une zone centrale (*Kerngebiete*) ou une zone réservée aux commerces (*Sondergebiete*).
- L'accessibilité aux commerces et du flux de circulation induit par certains projets ainsi que les incidences sur l'environnement sont étudiés dès la planification au travers des B-plan.

FAIBLESSES :

- L'application de la théorie des places centrales de Christaller est contestée par divers chercheurs allemands (RADEFF et NICOLAS, 2008) dont notamment Jürgen Deiters ou Gerhard Henkel qui reprochent au principe appliqué dans la politique d'aménagement du territoire d'avoir fait du tort aux villages allemands en les transformant en communes dortoirs. De plus, diverses autres critiques du modèle telles que la méconnaissance des habitudes de consommations ou l'hétérogénéité de l'espace sont également mises en avant.
- Le danger de rendre le processus trop rigide ou trop précis pourrait porter atteinte au libre jeu de la concurrence.
- Les documents stratégiques à l'échelle des Länder sont fort variables. De plus le commerce n'y est pas toujours traité de façon spécifique mais est assimilé à l'ensemble des activités économiques.
- La pression de certaines entreprises sur l'administration et les responsables politiques communaux peut engendrer des autorisations en contradiction avec le bon aménagement des lieux.
- Le contrôle du respect des assortiments effectivement autorisés à la périphérie n'est pas efficace. Ceci est dû essentiellement à l'organisation et aux coûts que cela occasionnerait.

8. BIBLIOGRAPHIE

- BEZIRKREGIERUNG KÖLN – BEZIRKSPLANUNGSBEHÖRDE 2006, *Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln – Teilabschnitt Region Aachen*, Bezirksregierung Köln, Cologne, 136 p.
- BONDUE J-P. 1998. *Dynamiques du commerce et de la ville. Révolution commerciale et urbanisme*. Mémoire en vue de l'obtention du diplôme d'Habitation à Diriger des Recherches, UFR de Géographie et d'Aménagement. Université de Villeneuve D'Ascq ? Pp. 46-48.
- DAVID C-H. (traduit de l'allemand par Gerard Marcou) 1997. *Le droit de l'urbanisme en Allemagne*, <http://www.gridauh.fr/sites/fr/fichier/3eccb06fb73be.pdf>
- EUROPEAN COMMISSION 1999. *The EU compendium of spatial planning systems and policies*, Germany, Regional development studies, Luxembourg, 219 p.
- HEINDRICH B., KLINKENBERG C., sous la direction de MERENNE-SCHOUMAKER B. et HERBIET M., 1999. *Les Outlet malls*, Conférence Permanente du Développement Territorial, rapport final 1999. pp. 16-42
- 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*, in Bulletin de la Société géographique de Liège n° 42, pp39-51
- LAMBOTTE J-M., DUJARDIN A., ROUCHET H., CASTIAU E. 2007. *Expertise SDER – Plans stratégiques des régions frontalières*, Conférence Permanente du Développement Territorial, Rapport final subvention 2006-2007, 225 p.
- MERENNE-SCHOUMAKER B. 2003. *Géographie des services et des commerces*, Presses universitaires de Rennes, 239 p.
- PROJET EUROPOLIS 2006. *Glossaire comparé de concepts de l'aménagement urbain*, Laboratoire RESO (http://www.europolis.equipement.gouv.fr/IMG/doc/glossaireeuropolis-sept_06_cle116b21.doc)
- RADEFF A. et NICOLAS G., 2008, *Contester Walter Christaller en Allemagne - Les travaux du géographe Jürgen Deiters*, Université de Franche-Comté, (http://cyberato.pu-pm.univ-fcomte.fr/forums/files/Cyberato_Deitersecaad.pdf)
- ROSSI M. 2006. *Allemagne, vue d'ensemble sur la planification spatiale*, in *Le contenu des plans d'urbanisme et d'aménagement dans les pays d'Europe de l'ouest* – Colloque international de Genève-Lausanne, Les cahiers du GRIDAUH, série droit compare, n°15, Paris, pp. 153-159
- SPANNOWSKY W. *Bases juridiques pour la planification et l'autorisation d'implantation de magasins de grande surface cas de la Rhénanie-Palatinat et de la Sarre*, in *Implantation de magasins de grande surface comparaison des systèmes d'aménagement du territoire dans la Grande Région*, pp. 264-279
- TILKORN E. 2002. *Le système allemand*, in *Le commerce et la ville en Europe – Le droit des implantations commerciales*, Les cahiers du GRIDAUH, série droit comparé, n°6, Paris, pp. 129-137.
- VIELBERTH H. 1995. *Retail planning policy in Germany*, in *Retail planning policies in Western Europe* – edited by Ross L. Davies, Routledge, London, pp. 78-103

ANNEXE 5 : POLITIQUE RELATIVE À LA LOCALISATION DU COMMERCE DE DÉTAIL AU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG¹

1. DEUX PROCÉDURES PARALLÈLES

A l'image de la France et de la Belgique, le Grand-Duché de Luxembourg gère la problématique des implantations commerciales via deux procédures différentes : une liée au droit de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme ; l'autre relative au volet socio-économique. Cette seconde procédure débouche sur l'octroi d'une autorisation particulière, l'équivalent du permis socio-économique belge.

2. AUTORISATION PARTICULIÈRE SOUMISE À DES CRITÈRES SOCIO-ÉCONOMIQUES

2.1 PROCÉDURE VISANT L'OCTROI D'UNE AUTORISATION PARTICULIÈRE

Pour s'implanter, un commerce de détail doit disposer d'une autorisation de bâtir délivrée par la commune pour le volet urbanisme et, pour tout projet dont la surface de vente atteint minimum 400 m², d'une autorisation particulière accordée par le Ministre des Classes Moyennes². Cette procédure d'autorisation particulière fait l'objet de la loi du 28 décembre 1988 complétée par le règlement grand-ducal du 24 novembre 1997.

L'article 12 de la Loi du 28/12/1988³ prévoit que :

« 1. Le permis de construire pour les surfaces commerciales visées par le présent article ne peut être délivré par les autorités communales compétentes qu'après l'obtention de l'autorisation particulière prévue dans le présent article.

2. a) Pour les surfaces de vente en détail isolées ou groupées, dépassant la superficie de 400 m², l'autorisation particulière du ministre ayant dans ses attributions les autorisations d'établissement est requise. Dans les surfaces de vente utiles ne sont pas compris les bureaux et dépendances, les vitrines, les accès au magasin, les aires d'expédition et d'encaissement et les dépôts de réserve.

Cette autorisation particulière est obligatoire en cas d'établissement ou d'extension, de transformation ou de reprise.

Le ministre demande à la commission prévue à l'article 2 (la Commission d'équipement commercial) son avis motivé, sauf lorsque la transformation des locaux ne comporte qu'un aménagement matériel ou que la reprise n'entraîne aucun changement de destination.

L'autorisation particulière peut être refusée si le projet risque de compromettre l'équilibre global, régional ou communal de la distribution.

b) Dans les communes de moins de 5 000 habitants et à la périphérie des agglomérations de plus de 5 000 habitants, l'autorisation particulière peut être accordée pour des surfaces de vente en détail, isolées ou groupées, ne dépassant pas 2 000 m².

¹ Auteur : LAMBOTTE Jean-Marc (LEPUR – ULg), avec l'aide de LANGHOR Marc (WFG) et de PETERS Philippe (DATER)

² Voir le site : http://www.mcm.public.lu/fr/autorisations/activite/commerce/grandes_surfaces/index.html

³ Voir le site : <http://www.mcm.public.lu/fr/legislation/loi1988.pdf>

c) *Pour les surfaces de vente en détail, isolées ou groupées, dépassant 2 000 m², l'autorisation particulière ne peut être délivrée que si la requête est accompagnée d'une étude de marché justifiant que l'implantation ou l'extension du projet ne compromet pas l'équilibre de la distribution dans la commune et la région dans lesquelles elles sont établies.*

L'étude de marchés est à élaborer par un bureau spécialisé préalablement agréé pour chaque projet par le ministre ayant dans ses attributions les autorisations d'établissement.

d) *Par dérogation au point 2. a) du présent article, aucune autorisation particulière n'est requise dans les communes de plus de 5 000 habitants pour des surfaces de vente en détail isolées ne dépassant pas 1 000 m² et pour les unités commerciales groupées sous forme de centre commercial ou de galerie marchande, à condition que leur superficie totale de vente utile ne dépasse pas 2 000 m² et sous réserve que ces surfaces de vente en détail soient situées dans une artère commerciale ou à vocation commerciale. »*

A l'article 2 de cette loi de 1988, il est prévu que les décisions ministérielles concernant l'octroi, le refus ou la révocation des autorisations prévues par la présente loi, peuvent être déferées au Conseil d'Etat, Comité du Contentieux.

La commission d'équipement commercial, à laquelle l'article 12 de la loi de 1988 fait référence est une instance consultative composée, conformément à l'article 1^{er}, point 1.1. du règlement grand-ducal du 9 janvier 1998⁴, de spécialistes devant éclairer et conseiller le ministre par rapport à leurs différents champs d'activités. Ceux-ci sont notamment l'aménagement du territoire, l'agriculture, l'artisanat, le commerce ou encore la protection du consommateur.

L'analyse que réalise cette commission d'équipement commercial s'opère en s'intéressant à l'équilibre entre l'offre et la demande relative à chaque branche commerciale principale telle que reprise dans le règlement grand-ducal du 24 novembre 1997⁵. La législation ne précise pas de façon plus explicite les critères pris en compte pour cette évaluation, contrairement aux quatre critères énoncés dans la loi belge sur le permis socio-économique.

Les autorisations d'établissement sont accordées soit pour une branche commerciale (exemple : l'électroménager), soit pour une branche commerciale principale (l'équipement du bâtiment / foyer). L'autorisation établie dans une branche commerciale principale ou non habilite à faire le commerce de tous les produits et accessoires rentrant dans cette branche. Tout projet de centre commercial doit dès lors spécifier la superficie qui sera affectée à chaque branche principale. L'autorisation particulière mentionnera donc, outre la superficie commerciale globale du projet, la répartition des surfaces de vente entre les branches représentées.

2.1 UN MORATOIRE TEMPORAIRE SUR LES GRANDES SURFACES DE PLUS DE 10 000 M²

En 1996, le Grand-Duché vit l'arrivée de l'Auchan Shopping Center dans le quartier du Kirchberg à Luxembourg (le quartier des affaires – institutions européennes et sièges des grandes banques – situé à mi-chemin entre le centre-ville et l'aéroport). Ce centre commercial de 25 000 m² fit craindre à de multiples acteurs commerciaux luxembourgeois une trop forte concentration de l'activité commerciale (via la disparition de nombreux commerces de proximité). En réaction, le Gouvernement grand-ducal adopta en décembre 1997 un moratoire sur les implantations commerciales de plus de 10 000 m². Ce moratoire portait sur une durée de 5 ans. Il fut prolongé de trois ans en 2002.

⁴ Voir le site : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/1998/0004/a004.pdf#page=4>

⁵ Voir le site : <http://www.legilux.public.lu/leg/a/archives/1997/0094/a094.pdf#page=10>

Fin 2005, ce moratoire fut abandonné. Remarquons que 2005 coïncide avec l'inauguration au mois d'août de l'IKEA de Sterpenich, implanté à quelques dizaines de mètres à peine de la frontière grand-ducale côté belge et succède de peu à l'inauguration de l'hypermarché Auchan situé, côté français, sur le site du PED à Mont-Saint-Martin (Longwy). Face à ce surcroît de concurrence aux frontières du Grand-Duché, des inquiétudes ont vu le jour quant à l'évasion du pouvoir d'achat vers les pays voisins. C'est en partie cette crainte qui explique la fin du moratoire.

Cependant, selon les dires du Ministre luxembourgeois des Classes Moyennes, Fernand Boden⁶, ce moratoire fut une réussite et n'est pas à l'origine du choix d'IKEA de s'implanter sur le territoire belge. *« Le bilan est largement positif. L'objectif était notamment d'éviter une concentration excessive de gros centres commerciaux dans les grandes agglomérations du pays, afin de favoriser un développement plus proche des consommateurs, des magasins de taille moyenne mieux répartis sur l'ensemble du territoire. C'est ce qui s'est produit.*

Il y a eu une forme de décentralisation (...). Les effets ont été suffisamment bénéfiques et visibles pour que le gouvernement prolonge la durée du moratoire de trois ans, jusqu'en 2005. Il n'a pas semblé nécessaire d'aller au-delà, parce que les demandes s'étaient régulées d'elles-mêmes. On avait ainsi envisagé de surseoir au moratoire pour certains secteurs du commerce, comme l'ameublement ou l'équipement du foyer. Même Ikea n'a pas introduit de demande. (...) Ce n'est pas le moratoire ou un quelconque refus ministériel qui a fait s'installer le géant suédois à nos portes, du côté d'Arlon. Aucune demande n'est arrivée jusqu'à nous! »

Selon l'appréciation du ministre fournie à la presse en 2006, le moratoire n'a pas découragé les investissements au Grand-Duché dans le commerce de détail. *« Il y a eu, au lieu de quelques grands centres commerciaux, l'ouverture de plusieurs surfaces de taille moyenne dans les différentes régions du pays. Concrètement, il y a aujourd'hui environ 900 000 m² de surfaces de vente au Luxembourg. 190 000 m² ont été autorisés pendant le moratoire. (...) Pendant la période du moratoire, soit de 1997 à 2005, on a ajouté plus de 20 % de surfaces de vente. On l'a simplement fait dans un souci de proximité du consommateur et de développement harmonieux, économiquement et géographiquement parlant ».*

Le ministre réfute par contre le fait que la multiplication des centres commerciaux aux portes du Grand-Duché côté français, belge ou allemand durant la période 1997-2005 soit l'effet direct du moratoire. De son point de vue, aux frontières du Luxembourg, il y a eu *« peu de changement dans la politique de développement commercial, si l'on se réfère à la période ayant précédé le moratoire. Avant 1997, les gros complexes commerciaux se sont multipliés à nos portes. Leclerc et Géric-Carrefour se sont installés à Thionville, Auchan à Semécourt, Möbel Martin à Konz, Cora et d'autres à Messancy. Pendant le moratoire, un autre Auchan s'est installé sur le Pôle Europe à Mont-Saint-Martin, Ikea est apparu sur Arlon... Il y a eu des implantations mais il y en avait déjà beaucoup. Fondamentalement donc, je ne pense pas que l'on puisse dire que les voisins immédiats ont profité avantageusement du moratoire au Luxembourg pour attirer des investisseurs spécifiquement intéressés par le Luxembourg ».*

Depuis décembre 2005, l'abandon du moratoire a déjà eu des conséquences directes. Lors de son discours sur l'Etat de la Nation du 02 mai 2006, le premier Ministre Jean-Claude Juncker a illustré le changement d'attitude du Grand-Duché à l'égard du commerce de détail en indiquant que *« le gouvernement, bien qu'il ne s'oppose nullement à ce que les résidents luxembourgeois fassent leurs achats dans les régions limitrophes, voudrait que le Luxembourg devienne le centre commercial de la Grande Région et que les voisins viennent davantage faire leurs achats au Luxembourg »*⁷. En conséquence, plusieurs projets d'une

⁶ Voir l'article : www.paperjam.lu/archives/2006/12/16664/index.html

⁷ Voir le site : www.gouvernement.lu/salle_presse/actualite/2006/05/02juncker/index.html

superficie supérieure à 10 000 m² et destinés clairement à avoir une aire de chalandise dépassant le cadre national ont depuis vu le jour au Grand-Duché. Un second centre commercial de 37 500 m² a été accordé au groupe Auchan sur le site de la Cloche d'Or à Luxembourg-Gasperich (banlieue sud de Luxembourg-Ville). De même, au sud-ouest du pays, l'autorisation pour trois centres commerciaux a été accordée : le projet Belval Plaza (1 et 2) de 17 750 + 14 000 m² à Esch-Belval, un centre commercial de 13 830 + 10 675 m² autour du supermarché Hobbi (groupe Cactus) d'Esch-Lallange et un centre commercial de 22 971 m² à Wickrange (localité rurale à mi-chemin entre Esch-sur-Alzette et Luxembourg-Ville). De même, concernant plus directement la Belgique, une extension de 10 100 m² du centre commercial Knauf a été autorisée à Schmiede (à la frontière avec la Belgique près de Gouvy). Un nouveau magasin de meubles de 15 000 m² a également été autorisé à Capellen, entre Luxembourg-Ville et Arlon.

3. CADRE GÉNÉRAL D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

3.1 DESCRIPTION DES PRINCIPAUX OUTILS DE L'AMÉNAGEMENT ET DU NIVEAU DE POUVOIR AFFÉRENT

Le Grand-Duché de Luxembourg comporte deux niveaux politiques, le niveau national et le niveau communal, le niveau supracommunal étant actuellement inexistant. L'idée de créer un niveau de planification intermédiaire est toutefois à l'ordre du jour, via concertation entre l'Etat et les communes⁸.

A l'échelon national, le Programme directeur d'aménagement du territoire et des plans sectoriels constituent les documents de planification stratégiques applicables à l'ensemble du Grand-Duché.

Un premier Programme directeur d'aménagement du territoire, principal instrument stratégique de l'aménagement du territoire au niveau national, a été établi en 1978, en référence à la loi du 20 mars 1974 concernant l'aménagement du territoire. Celle-ci a été modifiée le 21 mai 1999, lançant l'élaboration d'un nouveau programme directeur adopté en 2003. Ce document, non contraignant, est destiné à fournir un cadre de référence pour l'établissement des plans et projets complémentaires, instruments de mise en œuvre d'un développement, voulu durable, du territoire. Parmi ceux-ci figurent des plans directeurs sectoriels, instruments nationaux de coordination entre l'ensemble des acteurs du développement territorial sur des thématiques spécifiques. Plusieurs plans directeurs sectoriels sont en cours de préparation (logement, zones d'activités économiques, transport et paysage). Pour trois de ces plans directeurs sectoriels, un avant-projet vient d'être présenté peu avant les dernières élections de juin 2009 (tous sauf le logement). Le nouveau gouvernement issu de ces élections, reconduisant la même coalition que le précédent, a d'ores et déjà décidé de poursuivre la procédure en vue de l'entrée en vigueur de ces quatre plans. Toutefois, 2004 a vu l'adoption d'un premier document à valeur indicative précisant de nombreux aspects du Programme directeur quant à la coordination entre les volets relatifs à l'urbanisation et ceux relatifs au transport. Il s'agit de l'*Integratives Verkehrs- und Landesentwicklungskonzept (IVL)*, le concept intégré des transports et du développement spatial.

⁸ La loi du 21 mai 1999 concernant l'aménagement du territoire prévoit l'élaboration et la mise en œuvre de plans directeurs régionaux. De tels documents devraient en théorie être initiés pour chacune des six régions d'aménagement constituant le territoire national. Ce travail de planification régionale est actuellement en veilleuse. Mais au-delà de ces futurs plans, le Ministère de l'Intérieur et de l'Aménagement du territoire a initié d'autres planifications par voie de convention avec les communes de la « Nordstad » et celles du sud-ouest de l'agglomération de la Ville de Luxembourg. Le but de ces conventions est d'arriver rapidement à une mise en œuvre pratique des objectifs formulés dans le Programme directeur de l'aménagement du territoire pour les pôles urbains en question.

L'occupation du sol, dans sa forme contraignante, relève quant à elle du niveau communal. Elle est régie par les Plans d'aménagement général (PAG). L'Etat ne peut intervenir dans l'autonomie des communes qu'en des situations particulières, lorsqu'une commune refuse de suivre le Programme directeur ou un plan sectoriel. En plus du PAG (l'équivalent du PLU en France), l'arsenal des documents de planification réglementaires luxembourgeois comporte aussi un outil fixant l'affectation du sol au sein de quartiers particuliers : il s'agit du Plan d'aménagement particulier (PAP). Ce dernier est comparable au PCA wallon. La loi sur l'aménagement du territoire luxembourgeois donne aussi la possibilité au niveau national d'adopter des Plans d'occupation des sols pour des projets relevant de l'intérêt national. A l'heure actuelle, il n'existe que trois Plans d'occupation des sols, dont un couvrant les abords de l'aéroport de Luxembourg-Findel.

Depuis 1999, l'aménagement du territoire général et l'aménagement communal sont de la compétence du ministère de l'intérieur, au sein duquel s'insère la Direction de l'Aménagement du Territoire (DATER).

3.2 LES INTENTIONS GÉNÉRALES DU PROGRAMME DIRECTEUR D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE RELATIVES À L'URBANISATION⁹

Le Programme Directeur d'Aménagement du Territoire (PDAT), adopté par le Conseil de Gouvernement le 27 mars 2003, est un document à valeur indicative. Il définit des objectifs abordant de manière transversale la problématique de l'aménagement du territoire au travers des trois champs d'action prévus par le Schéma de Développement de l'Espace Communautaire Européen (SDEC) :

- le développement urbain et rural ;
- les transports et les télécommunications ;
- l'environnement et les ressources naturelles.

Le PDAT est structuré en deux grandes parties répondant à des objectifs différents. La première partie, intitulée « Vers un développement durable du territoire » expose les orientations générales et objectifs fondamentaux, sans toutefois les détailler au travers de mesures concrètes.

La deuxième partie du PDAT, quant à elle, porte sur la mise en œuvre (MEO) du Programme Directeur. Cette MEO permet de préciser les objectifs prioritaires définis dans la première partie du PDAT au travers d'un catalogue de mesures et d'actions se voulant plus détaillées.

Avant d'aborder les intentions spécifiques de ce Programme Directeur relatives à la localisation du commerce, il est nécessaire de présenter les principales orientations de ce document traitant de la maîtrise de l'étalement urbain, de la déconcentration décentralisée et de la lutte contre la dépendance automobile. Les orientations relatives à la localisation du commerce sont en effet à replacer dans un cadre plus large relatif à la maîtrise du développement urbain et rural conforme aux principes de la ville compacte (densité, mixité des fonctions et coordination entre l'urbanisation et l'offre en transports collectifs).

3.2.1 Intentions relatives au développement urbain et rural

Le Programme directeur a notamment retenu, au sein de son premier champ d'action relatif au développement urbain et rural, deux objectifs qu'il convient de souligner :

- l'objectif III visant à "Développer des structures urbaines et rurales sur le principe d'un aménagement du territoire durable (diversité des fonctions, densité d'occupation et trajets courts)" (pp. 98-100) ;

⁹ Document disponible à l'adresse suivante : <http://www.mi.etat.lu/MAT/PlanNat/ProDirNouv/ProgDir.htm>

- l'objectif V "Promouvoir le polycentrisme et la déconcentration concentrée" (pp. 103-106 + MEO pp. 30-33).

3.2.1.1 Développer des structures urbaines et rurales sur le principe d'un aménagement du territoire durable (diversité des fonctions, densité d'occupation et trajets courts)

Derrière cet objectif de « *Développer des structures urbaines et rurales sur le principe d'un aménagement du territoire durable* », figurent des aspects de politique foncière et d'urbanisme visant à réduire considérablement la consommation d'espace et l'urbanisation diffuse. Les mesures préconisées dans ce cadre sont notamment :

- 1) définir une politique d'urbanisation prioritairement orientée vers la densification et le renouvellement urbain à l'intérieur des villes et des villages existants et non vers une consommation supplémentaire d'espaces encore vierges en périphérie ;
- 2) réduire à l'indispensable l'utilisation d'espace non encore bâti à des fins de construction ;
- 3) créer des structures urbaines et rurales permettant de limiter les déplacements et d'encourager l'utilisation des transports en commun.

Sous les deux premiers points susmentionnés, l'enjeu est notamment, par le biais d'une réforme de la fiscalité, d'inciter à la mise à disposition des terrains classés constructibles et de promouvoir le développement concentrique des localités autour de leur noyau (p. 99 + MEO p. 17). Il s'agit également de promouvoir de nouvelles formes de construction moins consommatrices de terrain et répondant tout autant à des critères écologiques généraux qu'à la typologie régionale du bâti (p. 99 + MEO p. 19).

Derrière le troisième point énuméré ci-dessus traitant de la maîtrise de la demande de mobilité par l'aménagement du territoire se cache une première volonté, celle de promouvoir le rapprochement et la diversité des fonctions urbaines. Pour arriver à cette mixité fonctionnelle, les orientations suivantes sont envisagées :

- « *promouvoir, à l'intérieur des villes et localités, le maintien et l'implantation d'entreprises compatibles avec les exigences de l'environnement humain et naturel ;*
- *éviter la création d'espaces monofonctionnels ;*
- *diversifier les espaces monofonctionnels existants par l'implantation de fonctions et activités complémentaires et compatibles avec la situation existante »* (MEO p. 20).

Même si le commerce n'est pas présent explicitement dans ces intentions relatives à la mixité, avec le bureau et certains équipements publics (écoles, administrations...), c'est bien l'une des fonctions qui est appelée clairement à se mélanger avec l'habitat.

Derrière le troisième point, la volonté est notamment de « *promouvoir la coordination entre le développement urbain et le réseau des transports en commun, notamment avec le réseau de chemin de fer* » (p. 99 + MEO, p. 20).

Les actions suivantes sont à cette occasion préconisées :

- « *freiner les extensions diffuses de l'urbanisation ;*
- *considérer l'accessibilité au réseau de transport en commun comme critère de délimitation des périmètres de construction ;*
- *favoriser prioritairement le développement urbain dans les zones bien desservies par les transports en commun, notamment par le train (...)* ;
- *densifier la structure urbaine aux points de connexion des lignes principales des transports en commun, au niveau local et régional ».*

3.2.1.2 Promouvoir le polycentrisme et la déconcentration concentrée

Au Grand-Duché, le Programme directeur définit de manière explicite sa volonté de « *Promouvoir le polycentrisme et la déconcentration concentrée* » (pp. 103-106 + MEO pp. 30-33). Pour ce faire, ce document prône le développement de Centres de Développement et d'Attraction (CDA). Les pôles retenus comme CDA sont désignés et hiérarchisés. De même leur rôle respectif est précisé :

- l'agglomération de Luxembourg doit affirmer son rôle de capitale et renforcer ses fonctions européennes tout en voyant la pression s'exercer sur elle s'alléger via une décentralisation de certains services vers d'autres pôles ;
- deux centres de développement et d'attractivité d'ordre moyen (Esch-sur-Alzette et la Nordstad - bipôle Diekirch-Ettelbruck) sont appelés à jouer ce rôle de délestage vis-à-vis de la Ville de Luxembourg pour divers services et activités économiques disposant d'un large rayonnement (services publics centraux, enseignement supérieur, infrastructures culturelles...) ;
- 12 autres pôles de développement et d'attraction répartis sur l'ensemble du territoire doivent accueillir les principales fonctions (emploi, écoles secondaires, commerces, services publics) destinées à desservir l'ensemble de la population de la sous-région concernée ainsi qu'une part importante des nouveaux développements résidentiels (pp. 130-134). A proximité de la frontière belge, font notamment partie de ces 12 pôles, les localités de Clervaux, Wiltz, Redange, Steinfort et Differdange.

Aux premiers abords, cette politique des CDA semble proche dans l'esprit de la politique allemande des places centrales. Cette politique n'a cependant pas encore d'implications claires en matière d'implantations commerciales en vue de faire respecter la hiérarchie urbaine pour les projets à rayonnement supralocal (cf. point 7.2). Via ce système des CDA, il s'agit en premier lieu de lutter contre la trop forte centralisation des activités économiques dans la seule agglomération de Luxembourg. En second lieu, il s'agit de concentrer l'urbanisation en un nombre limité de polarités de façon à maximiser le recours à l'ensemble des alternatives à la voiture pour les déplacements quotidiens. Cette politique des CDA est donc une politique clairement volontariste. Elle s'inscrit en rupture vis-à-vis de tendances lourdes observées ces dernières années à deux échelles spatiales. Au niveau intra-urbain, il s'agit du processus d'étalement urbain tandis qu'au niveau interurbain, il s'agit d'une concentration excessive de l'activité autour de la seule région urbaine de Luxembourg-Ville (induite par le processus de métropolisation).

Pour passer de la théorie à la pratique, différentes mesures sont prévues (MEO, pp. 31-32 et PDAT, p. 172). Des conventions vont être conclues entre l'Etat et les communes qui font partie du système des Centres de Développement et d'Attraction. Cette idée est appelée à se concrétiser en s'adressant à la fois à plusieurs communes dans une approche supra-communale dans la Nordstad, la Vallée de l'Alzette, les communes concernées par l'aéroport et le Sud-Est de l'agglomération de la Ville de Luxembourg. Il s'agira aussi de réviser les PAG pour les mettre en cohérence avec ce système des CDA.

3.2.2 Intentions relatives aux transports

Dans cette partie du document, est évoqué l'objectif quantitatif très ambitieux de renforcer la part de marché des transports collectifs pour atteindre à moyen terme (horizon 2020) un *modal split* de 25/75 (p. 114). Si ce but nécessite selon le Programme Directeur de nombreux investissements dans les réseaux de transports en commun, il ne peut se faire sans coordonner le développement urbain et rural avec l'offre de transports en commun (p. 114).

Cette coordination consiste à :

- « *promouvoir un développement urbain concentrique à proximité des principaux axes desservis par les transports en commun (notamment chemins de fer et tram-train)* ;

- *augmenter la densité urbaine là où la desserte par les transports collectifs est performante ;*
- *assurer à court terme la coordination entre le développement des localités et la création de nouvelles haltes pour les transports en commun* » (MEO, p. 47)

A l'image de la politique ABC néerlandaise, le Programme Directeur entend « *localiser les équipements publics et privés à forte fréquentation de visiteurs dans les zones bien desservies par les transports publics* ». Ceci implique de « *définir pour chaque équipement public et privé des profils (plans-schémas) d'accessibilité et, parallèlement, délimiter des zones où les transports en commun permettent de respecter les exigences d'accessibilité requises, en application du concept de développement durable* » (MEO, p. 50).

Pour conclure sur les principes évoqués dans le second Chapitre du Programme Directeur, signalons que le document de Mise en Œuvre de ce Programme évoque la volonté des grands-ducaux de « *développer une approche intégrée en matière d'aménagement du territoire et de transport au niveau de la Grande Région, sur base du schéma de développement Saar-Lor-Lux+* » (MEO, p. 52).

3.3 LES INTENTIONS DU CONCEPT INTÉGRÉ DES TRANSPORTS ET DU DÉVELOPPEMENT SPATIAL – IVL¹⁰.

Une des priorités définie dans le Programme Directeur est l'établissement d'un Concept Intégré des Transports et Développement Spatial, appelé IVL (*Integretives Verkhers- und landesentwicklungskonzept*) (PDAT, pp. 110, 171 et 174). A travers cette démarche, l'état luxembourgeois a cherché à développer une stratégie spécifique en vue d'atteindre l'objectif de faire passer d'ici 2020 la part des transports en commun de 14 à 25 %. Plusieurs ministères ont initié une vaste réflexion afin d'analyser l'impact d'une croissance économique et démographique soutenue sur le territoire et l'organisation des transports. Au bout de ce travail, il s'agissait de développer une stratégie à moyen et long terme pour mieux coordonner l'aménagement du territoire, la planification des transports et la protection des espaces naturels. Cette mission a abouti en mars 2004 à un document stratégique à valeur uniquement indicative, l'IVL.

Il constitue, d'une part, un instrument stratégique pour le choix entre différents scénarios de développement et, d'autre part, un outil de travail pour la coordination de plans sectoriels de même qu'un cadre pour les planifications au niveau régional et communal. Il devrait donc progressivement se concrétiser au travers notamment de modifications apportées aux plans communaux d'aménagement (PAG) et de projets concrets, à l'image de celui de la Cité des Sciences à Esch-Belval.

Par le biais de cet outil, il est envisagé, « *pour le long terme (2020), de définir un modèle d'organisation spatiale combiné à un système de transport qui permette de satisfaire les besoins en terrain générés par une économie et une démographie croissante, ceci compte tenu des contraintes dictées par la protection de la nature et des paysages et des potentialités d'un système de transport visant à atteindre à terme un modal-split de 25 %* » (PDAT, p. 174).

Portée à bout de bras par le précédent Ministre de l'intérieur (en charge également de l'aménagement du territoire), la démarche de l'IVL a été menée via une collaboration entre différentes administrations (aménagement du territoire, transport, affaires intérieures, logement, économie et environnement), de nombreux experts étrangers (allemands, autrichiens, suisses, néerlandais et aucunement belge !!)

¹⁰ Voir le site : <http://www.ivl.public.lu/fr/index.html>. Le rapport final de l'IVL est disponible seulement en langue allemande ; une brochure (Rés. IVL, ci-après) est toutefois disponible en français

Dans le cadre de l'IVL, l'Etat luxembourgeois a donc procédé à une analyse quantitative des potentialités de développement spatial (en ce compris les friches à reconvertir) sur base des Plans d'Aménagement Général (PAG) et des Plans d'Aménagement Particuliers (PAP) (IVL, p. 36-37 et 47-52). Il a également procédé à une évaluation de l'accessibilité de ces disponibilités foncières en transports en commun. Dans ce cadre, l'offre actuelle a été prise en compte de même que les nouveaux arrêts programmés sur le réseau ferroviaire et ceux liés à des projets de tram-train.

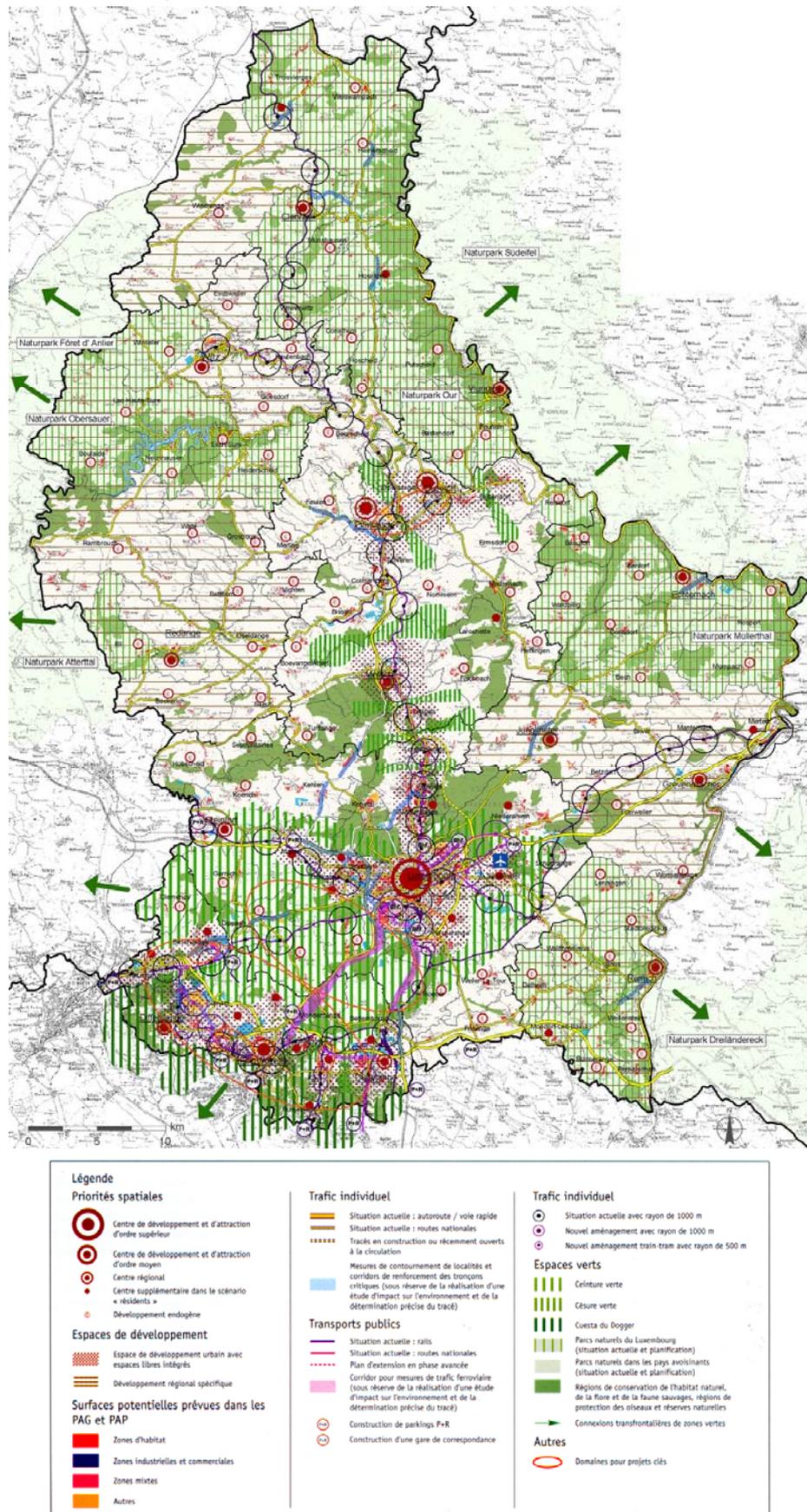
Il a également été procédé à une estimation des besoins pour l'urbanisation. Plus précisément, sont évalués pour 2020 le nombre d'emplois, d'habitants et de navetteurs résidants hors Grand-Duché selon deux scénarios : un scénario habitants et un scénario navetteurs. Tandis que dans les deux cas, le nombre total d'emploi attendu au Grand Duché est le même (+ 106 000 unités), la croissance du nombre d'habitants varie selon le scénario (117 000 unités dans le scénario habitants et 67 000 unités dans le scénario navetteurs) (IVL, pp. 53-54). Ce second scénario prévoit donc la poursuite de la tendance actuelle où une large majorité des nouveaux emplois créés au Grand-Duché sont occupés par des navetteurs frontaliers. Ce second scénario est jugé a priori négativement car il implique dans l'ensemble de plus longs déplacements domicile-travail.

Ces croissances attendues ont été mises en rapport avec l'estimation faite à propos des disponibilités foncières et avec les densités préconisées en matière de développements résidentiels (voir ci-après). Une fois tous ces éléments intégrés, il est estimé que, pour le scénario navetteurs (où 75 % de la croissance de l'emploi d'ici 2020 est due à des navetteurs résidants à l'étranger), les espaces prévus dans les PAG et PAP sont suffisants. Pour l'autre scénario par contre, l'offre en zone d'habitat est insuffisante et de nouvelles zones sont à programmer de même qu'il sera nécessaire de retenir des localités supplémentaires comme Centres de Développement et d'Attraction (Rés. IVL, pp. 11-12). Ces centres supplémentaires sont d'ailleurs déjà désignés sur la carte de synthèse de l'IVL (Rés. IVL, pp. 16-17). En font partie les localités de Troisvierges, Hosingen, Mamer, Strassen, Pétange, Bascharage situées à proximité de la frontière belge.

Cette carte de synthèse de l'IVL (Carte 1 ci-après) permet ainsi de préciser la logique sous-tendant cette stratégie. Y sont représentés :

- l'ensemble des différents Centres de Développement et d'Attraction (ainsi que la dizaine de centres supplémentaires dans le scénario "résidents") ;
- les périmètres des zones facilement accessibles par les transports publics (cercles de 1 000 mètres de rayon autour des gares du réseau ferroviaire actuel et de 500 mètres autour des futurs arrêts des trams-trains) ;
- les surfaces potentielles disponibles pour l'urbanisation selon le type d'affectation prévue ;
- les principales infrastructures de transports et les corridors où de nouveaux tracés sont prévus ;
- des couloirs formant des coupures dans l'urbanisation. Ces coupures vertes sont destinées, d'une part, à éviter un continuum du bâti jugé négatif sur le plan paysager et, d'autre part, à servir de liaisons écologiques entre les zones voisines de grande richesse naturelle.

Carte 1 : Le concept intégré des transports et du développement spatial du Grand-Duché



Source : IVL, L'idée, l'analyse, le concept, 2005, p. 16

Le résumé de l'IVL indique que la densité actuelle de l'habitat au Grand-Duché varie selon les régions d'une moyenne comprise entre 5 et 30 habitations par hectare, avec une moyenne générale de 13 logements par ha (par rapport à la surface brute constructible). Il est souligné que « *cette densité est faible en comparaison internationale et doit être élevée, afin de réduire le besoin en surfaces et d'améliorer la desserte par transports en commun* ».

Les densités suivantes sont ainsi retenues pour la modélisation des scénarios :

- 12 logements/ha dans les espaces ruraux ;
- 15 à 25 logements/ha pour les Centres de Développement et d'Attraction de niveau régional et pour les espaces semi-urbains de l'agglomération de Luxembourg et de la Région du Sud ;
- 35 logements/ha dans la Nordstad (Ettelbrück-Diekirch) et sur le site du projet d'Esch-Belval ;
- 40 logements/ha à Esch-sur-Alzette ;
- 50 logements/ha à Luxembourg-Ville (IVL, p. 62).

Soulignons que les densités moyennes préconisées dans ce cadre dépassent largement celles caractérisant l'urbanisation nouvellement en place en Wallonie.

Toujours dans le cadre de l'IVL, sont également préconisées des normes en termes de densité d'emplois dans les zones d'activités économiques (IVL, p. 63). Pour les entreprises occupant des bureaux et les services aux entreprises, la norme proposée est de 5 m² par employé au sol (tenant compte d'une surface brute de plancher par personne de 35 m² à répartir sur plusieurs étages).

Indirectement, cette mixité des activités compatibles entre elles, cette densification, en particulier autour des stations de chemin de fer, et cette concentration décentralisée devraient générer une moindre dépendance à la voiture pour une large partie des motifs de déplacements. La mise en place progressive d'une offre de transport en commun à forte fréquence et d'un niveau de rentabilité rendu acceptable par la forte densité des lieux desservis devrait favoriser le maintien, voire la croissance d'une large partie du commerce situé dans les centres-villes. En effet, si une grande proportion de la population est susceptible d'aller faire ses courses dans ces centres urbains en prenant de façon aisée des transports en commun, on peut penser que l'avantage comparatif qu'offrent les centres commerciaux périphériques avec leurs grands parkings gratuits est réduit. De même, via la minimisation des distances à parcourir entre un maximum de résidences et les centres des localités et quartiers urbains où se concentrent les services à la population, il devrait être possible de préserver, voire de redéployer une activité commerciale de proximité. On ne souligne pas assez, dans le contexte wallon, combien le déclin de la fonction commerciale dans le centre de nombreuses villes, quartiers et villages s'explique très largement par le déclin démographique de ces centres et par la grande dépendance à la voiture qui caractérise les nouveaux lieux périphériques de résidence de la population.

La démarche de l'IVL a également intégré une réflexion sur les outils à créer ou à modifier dans différentes politiques sectorielles pour soutenir la limitation de l'urbanisation en dehors des territoires offrant une bonne accessibilité par les transports collectifs. Des mesures réglementaires et fiscales devront ainsi être mises en place, notamment pour lutter contre la rétention foncière des terrains à bâtir situés dans les endroits désignés comme prioritaires pour l'urbanisation.

4. LES INTENTIONS RELATIVES AU COMMERCE DU PROGRAMME DIRECTEUR D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE L'AVANT-PROJET DE PLAN DIRECTEUR SECTORIEL ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES

4.1 LES INTENTIONS DU PROGRAMME DIRECTEUR D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE RELATIVES AU COMMERCE

L'application d'une stratégie de localisation des commerces ne semble pas être une priorité du Programme directeur. C'est seulement dans le document portant sur la mise en œuvre de ce programme que le sujet est évoqué brièvement par petites touches éparses.

Dans la partie du document consacrée au développement urbain et rural, au sein de l'objectif VI "Développer un partenariat ville-campagne dans l'esprit du développement durable", figurent diverses intentions regroupées derrière la volonté d'augmenter l'attractivité des centres urbains par rapport à la périphérie des agglomérations. Les mesures suivantes sont ainsi citées :

- « mener une politique volontariste dans les centres pour y maintenir et y soutenir le développement d'un commerce compétitif et la présence d'activités de loisirs (p.ex. cinéma) ;
- limiter la création des centres commerciaux en périphérie des villes par l'introduction de critères plus rigoureux concernant les autorisations particulières d'établissement ;
- élaborer un plan sectoriel "grandes surfaces" pour déterminer les besoins et les emplacements adéquats, en réponse à des besoins locaux et régionaux justifiés et afin d'éviter un renforcement de la concurrence centre-périphérie ;
- encourager respectivement le maintien et la renaissance du petit commerce à l'intérieur des localités ;
- développer des stratégies de marketing pour promouvoir l'attractivité des centres » (MEO, p. 33).

Pour appuyer cet avant-dernier point, dans un volet consacré à la qualité de l'habitat, l'objectif de maintenir ou recréer une infrastructure d'approvisionnement de produits de première nécessité, dans chaque localité et quartier est également cité (MEO, p. 27).

Dans le Chapitre II relatif au transport du document se rapportant à la mise en œuvre du Programme directeur, le commerce est brièvement évoqué en vue de créer des structures urbaines et rurales contribuant à la réduction du volume de trafic et des trajets à parcourir. Le PDAT préconise ainsi l'intégration systématique des différentes fonctions spatiales (logement, emploi, approvisionnement, équipements collectifs, loisirs) dans les localités ou quartier urbains (MEO, p. 41). Le commerce est donc explicitement évoqué lorsque l'on parle de mixité des fonctions. Il faut dire que, pour les déplacements domicile-commerce, c'est de loin la marche à pied qui constitue la principale alternative à la voiture.

Si la partie du PDAT consacré à sa mise en œuvre évoque un plan sectoriel "grandes surfaces", il semble que cette idée est désormais oubliée. Aucun des quatre plans directeurs sectoriels en cours de préparation n'abordera de façon globale et précise le problème de la bonne localisation du commerce de détail. Le seul plan qui devrait s'y consacrer de façon très superficielle est le Plan directeur sectoriel « Zones d'activités économiques ». Comme nous le verrons au point suivant, une partie des zones d'activités peut en effet recevoir ce type d'activités. Un avant-projet de ce plan sectoriel devrait très prochainement être présenté par l'Etat luxembourgeois.

4.2 LES INTENTIONS RELATIVES AU COMMERCE DANS L'AVANT-PROJET DE PLAN DIRECTEUR SECTORIEL ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES¹¹

Le 03 mars 2009 fut adopté provisoirement l'avant-projet de plan directeur sectoriel « zones d'activités économiques » du Grand-Duché de Luxembourg¹². Ce document (PDS ZAE), rédigé en allemand, expose les intentions du gouvernement concernant l'offre en zones d'activités économiques au sein du territoire grand-ducal et précise la place du commerce de détail au sein de certaines de ces zones. Dans cet avant-projet, disponible depuis peu en ligne¹³, la localisation du commerce est évoquée en 5 pages (pp. 64-68). Le PDS ZAE est appelé à avoir valeur réglementaire.

Les autorités partent de plusieurs constats :

1. Le Grand-Duché de Luxembourg dispose d'environ 1 million m² de surface de vente dans le commerce de détail (2 m²/hab.) et 250.000 m² s'y rajouteront jusqu'en 2012 sur base des permis déjà octroyés.
2. Des changements structurels (ex : modification de l'offre) et des développements de la demande (ex : accroissement de la population et de l'emploi) peuvent mener à des besoins accrus de surface commerciale.
3. Par le passé, des zones communales ont été utilisées pour l'implantation de commerces alors qu'elles ne doivent pas poursuivre ce but. Des entreprises artisanales y manquent dès lors de surface. De plus, de manière non coordonnée, une concentration de tels commerces a mené à la création de véritables centres commerciaux.

Les autorités ont dès lors décidé de promulguer de nouveaux règlements pour mieux orienter le développement commercial à l'avenir. C'est ainsi que le commerce de détail est interdit dans les zones nationales telles que définies pp. 34-36 de ce PDS ZAE (voir aussi point 5.2 ci-après). Des surfaces de vente de max. 2.000 m² sont permises dans les zones d'activités régionales de TYPE I¹⁴ pour des entreprises de production, si cette vente est directement liée à l'activité de l'entreprise. La vente de voitures n'est pas permise dans les zones régionales de TYPE I et limitée à 2.000 m² dans les zones régionales de TYPE II.

Sauf exception, les grandes surfaces commerciales, c.à.d. celles offrant une surface de vente de plus de 2.000 m² ne sont pas permises dans des zones communales. Les surfaces entre 2.000 m² et 10.000 m² sont autorisées dans des zones spéciales, des zones mixtes à caractère central et des zones mixtes à caractère urbain (selon le Règlement grand-ducal du 25 octobre 2004 concernant le contenu du plan d'aménagement général d'une commune). Les surfaces de plus de 10.000 m² ne sont que permises dans des zones spéciales et des zones mixtes à caractère central.

¹¹ Partie rédigée sur base de la synthèse rédigée par Marc LANGHOR, directeur du WFG.

¹² Voir le site : www.gouvernement.lu/salle_presse/communiqués/2009/03-mars/20-halsdorf-zae/index.html

¹³ Voir le site : www.miat.public.lu/publications/amenagement_territoire/avant_projet_plan_sectoriel_zae/av_proj_zae.pdf

¹⁴ Selon cet avant-projet de PDS ZAE (pp. 34-36), la *Zone d'activités artisanales à caractère régional TYPE I* est réservée à des activités industrielles légères, artisanales, commerce de gros, transport ou logistique ainsi que des prestations de service directement liées. Pour sa part, la *Zone d'activités économiques à caractère régional TYPE II* est réservée à des activités industrielles légères, artisanales, commerce de gros, transport ou logistique ainsi que des prestations de service directement liées de même qu'à des activités de commerce de détail jusqu'à concurrence d'une surface de vente de 2.000 m² ainsi qu'à des activités de service professionnels ou administratifs jusqu'à une surface construite brute maximale de 3.500 m².

En sa p. 65, le PDS ZAE fait également référence aux différents règlements grand-ducaux sur le commerce et la terminologie en matière commerciale (en français dans le PDS ZAE).

Le PDS ZAE définit également les critères pour la désignation des zones dans lesquelles les grandes surfaces commerciales (> 2.000 m²) sont autorisées :

1. Le réseau routier doit être apte à faire face aux développements futurs des zones (à prouver par une étude de mobilité) ;
2. Une qualité minimale de desserte par les transports en commun doit être garantie (une connexion doit être au minimum assurée toutes les demi-heures) ;
3. Le site doit être repris dans un centre de développement et d'attraction ou se trouver dans un lieu de grande centralité au niveau du Programme Directeur ;
4. L'offre de produits et la superficie de la surface commerciale doivent se trouver dans une relation équilibrée avec l'environnement régional. Les incidences sur les équipements et infrastructures, le trafic, l'approvisionnement de la population de la commune elle-même ou des communes voisines, la configuration de l'agglomération ou du paysage ainsi que le milieu naturel doivent être étudiées.

Bien entendu les surfaces commerciales qui se sont installées dans des zones non conformes avant l'entrée en vigueur du PS ZAE peuvent y rester et s'étendre (sous certaines conditions).

Néanmoins il existe encore quelques exceptions qui visent à permettre l'implantation de surfaces commerciales de moins de 10.000 m² de surface de vente dans des zones communales et des zones de TYPE II. Le permis est lié à différents conditions :

- A . La demande doit être motivée par le Collège échevinal de la commune concernée voire par le bureau exécutif du syndicat communal pour une zone régionale. Cette demande est à adresser au Ministre de l'intérieur qui la soumet pour prise de décision au Gouvernement ;
- B. Cette exception ne concerne que les surfaces de vente pour les branches commerciales principales suivantes : l'ameublement, le bâtiment et l'équipement du foyer, l'agriculture, les sports et loisirs, les moyens de transports automoteurs et l'électroménager ;
- C. Les critères définis ci-dessus (1 à 4) pour la désignation des zones dans lesquelles les grandes surfaces commerciales sont autorisées doivent être respectés ;
- D. Il doit y avoir création d'emplois et l'approvisionnement de la population au niveau local ou régional doit être amélioré. Il peut être tenu compte de la situation d'approvisionnement transfrontalière.

Enfin, pour des surfaces commerciales d'importance nationale et de caractère unique il peut être dérogé aux critères 2 et 3 mentionnés ci-dessus.

En conclusion, on observe que les intentions visant à limiter les implantations commerciales au sein des zones d'activités économiques sont clairement énoncées dans cet avant-projet. De plus, pour la désignation des zones d'activités susceptibles d'accueillir les commerces dont la surface de vente dépasse les 2 000 m², l'accessibilité par les transports en commun impliquant une fréquence de desserte soutenue est explicitement imposée. Cependant, le PDS ZAE reste au global assez peu contraignant vis-à-vis du développement commercial en périphérie des noyaux d'habitat en ne fixant pas de règle pour les commerces de moins de 2 000 m² de surface de vente et en prévoyant diverses exceptions à celles retenues, notamment pour des projets visant à capter le pouvoir d'achat transfrontalier

5. ASPECT NORMATIF LIÉ À L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Si l'affectation du terrain convoité pour un projet commercial permet l'installation de commerces, l'autorisation de bâtir est délivrée par la commune sans droit de regard au niveau du pouvoir national. Si l'affectation du PAG n'est pas conforme, il est nécessaire de modifier cette affectation via l'adoption d'un nouveau PAG ou PAP. A cette occasion, la Loi du 19 juillet 2004 relative à l'aménagement communal et au développement urbain prévoit que ce nouveau plan soit approuvé par le Ministre en charge de l'aménagement du territoire¹⁵. C'est donc seulement dans ce cas que le Ministre de l'aménagement du territoire est appelé à se prononcer sur l'opportunité d'un éventuel projet commercial en se référant aux principes de l'IVL et du PDAT. Lorsqu'il y a conformité entre le projet en question et l'affectation au PAG, la commune n'est pas tenue de se référer à ces documents nationaux à valeur indicative. Elle peut donc agir en fonction de ses propres intérêts. Or, la taille des communes est très réduite au Grand-Duché (118 communes pour 484 000 habitants et 2 586 km²). A part quelques cas ponctuels d'ampleur limitée, il n'y a pas eu de fusion de communes au Luxembourg. On en est resté, comme en France et Rhénanie-Palatinat, au découpage en paroisses hérité de l'Ancien Régime. Cette atomisation de la prise de décision facilite sans aucun doute le rôle des promoteurs y compris pour des projets de grande ampleur dont l'aire de chalandise dépasse de façon considérable le territoire communal.

5.1 AFFECTATIONS AUTORISANT LE COMMERCE AU SEIN DES PLANS D'AMÉNAGEMENT GÉNÉRAUX (PAG)

En vertu du Règlement grand-ducal du 25 octobre 2004 concernant le contenu du plan d'aménagement général d'une commune¹⁶, le commerce de détail est tenu de s'implanter au sein des affectations suivantes reprises dans les PAG :

- zone d'habitations (art. 11) ;
- zone mixte (art. 12) ;
- zone d'activités économiques (art.14) ;
- zone spéciale (art. 16).

Les zones d'habitation (art. 11) englobent les terrains réservés à titre principal aux habitations. Y sont également admis des activités de commerce, de services, d'artisanat et de loisirs, des professions libérales, des établissements socioculturels, des restaurants, des équipements de service public en relation directe avec les besoins de la zone concernée, ainsi que les espaces libres correspondant à l'ensemble de ces fonctions. De manière générale, y sont interdits les constructions et les établissements qui, par leur nature, leur importance, leur étendue, leur volume, leur aspect, seraient incompatibles avec la sécurité, la salubrité, la commodité et la tranquillité d'un quartier d'habitation.

Les zones mixtes (art. 12) sont constituées par les parties du territoire de la commune destinées à accueillir, dans des proportions qui varient en fonction de leur localisation et de leur vocation, des établissements et bâtiments destinés respectivement à l'habitation, aux administrations, aux services, à la formation, à la culture, au culte, aux commerces, à l'hôtellerie et à la restauration, aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'à la récréation et aux espaces libres correspondant à l'ensemble de ces fonctions.

Les zones d'activités économiques (art. 14) sont prioritairement destinées à accueillir des établissements à caractère artisanal ou commercial ainsi que des services administratifs qui, de par leur envergure ou leur caractère, ne sont pas compatibles avec les zones d'habitation.

¹⁵ Voir le site : www.pacte-logement.lu/pdf/loi_aménagement_communal.pdf

¹⁶ Voir le site : www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2004/0182/a182.pdf

Les zones spéciales (art. 16) sont destinées à recevoir les équipements et utilisations qui ne sont pas admissibles dans les zones définies aux articles 11 à 15 du présent règlement. Sont visés ici notamment des centres commerciaux, des grandes surfaces ainsi que des stations-service qui risquent d'avoir des incidences sur les équipements et infrastructures, le trafic, l'approvisionnement de la population de la commune elle-même ou des communes voisines. D'autres affectations spécifiques non résidentielles (loisirs, tourisme, équipements collectifs particuliers...) peuvent faire l'objet d'une telle zone spéciale.

Si, du point de vue du droit de l'aménagement du territoire, les grandes surfaces commerciales sont autorisées au sein des Zones d'activités économiques (à l'exclusion des Zones industrielles – article 15), l'ensemble de celles-ci ne sont cependant pas autorisées à en recevoir.

5.2 TYPOLOGIE DES ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ET PLACE DU COMMERCE DE DÉTAIL

Il existe principalement trois types de zones d'activités au Grand-Duché dont un seul est en partie destiné à accueillir du commerce de détail. Les trois principaux types de zones d'activités sont¹⁷ :

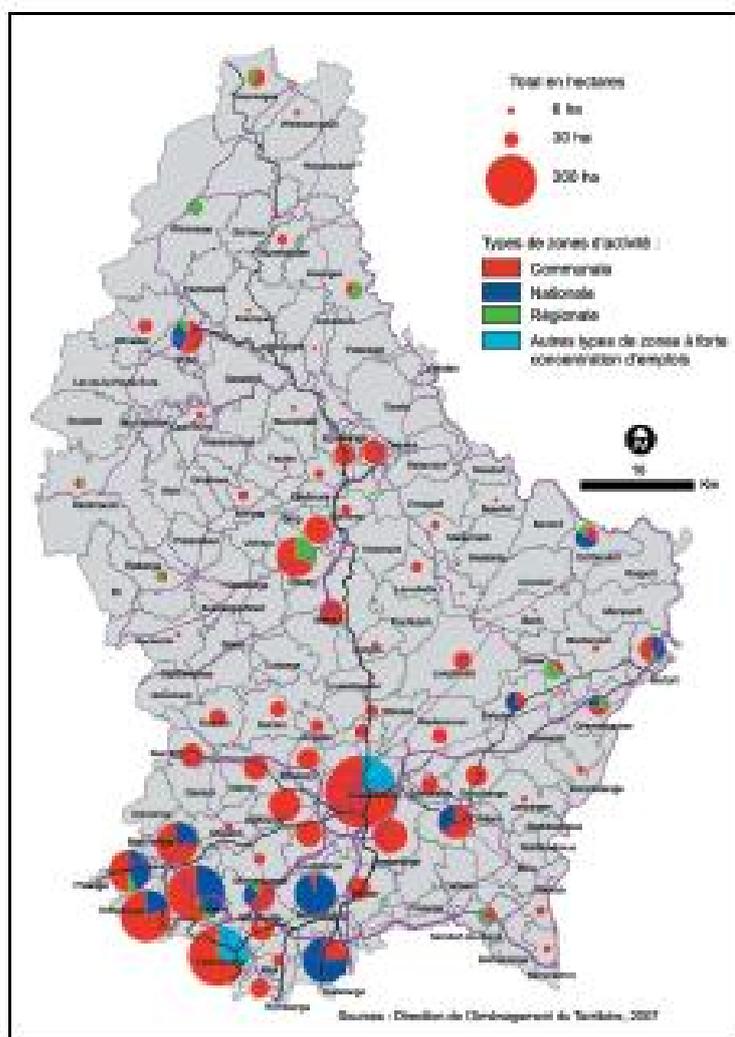
- les zones nationales. Les 13 zones d'intérêt national sont réservées à des entreprises industrielles de grande taille (ex.: site Goodyear à Colmar-Berg) ;
- les zones régionales. Les 16 zones régionales sont aménagées et gérées par des syndicats intercommunaux qui regroupent les communes d'un canton ou bien d'une région définie (par exemple : le SICLER pour le canton de Clervaux). Les frais d'aménagement des sites en question sont pris en charge à concurrence de 85 % par le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, le solde reste à charge des syndicats intercommunaux respectifs. Cependant, seules des entreprises bénéficiant de l'accord du Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur peuvent intégrer ces zones, en l'occurrence pour des raisons de concurrence déloyale (prix du terrain largement en-dessous du prix du marché). Par conséquent, ce sont presque exclusivement des entreprises artisanales productrices et des entreprises industrielles qui reçoivent un tel accord. De ce fait, un nombre important d'entreprises, en particulier les entreprises de services, du commerce de gros et de détail, ne sont pas éligibles pour ces zones ;
- les zones communales. Les très nombreuses zones communales sont des zones gérées par une seule commune. Le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur couvre 15 % de leurs frais d'infrastructure. La décision d'accepter l'implantation d'une entreprise donnée incombe à la seule commune gérante, de sorte que le problème de l'éligibilité ne se pose pas pour les zones communales. On peut donc y retrouver du commerce de détail. Parmi les zones d'activités communales affectées principalement au commerce de détail figurent les sites des centres commerciaux Knauf de Pommerloch (Commune de Winseler sur la N15 Bastogne – Wiltz - Ettelbruck) et de Schmiede (Commune de Troisvierges sur la N7 Vielsalm – Diekirch). Vu qu'une partie importante des zones d'activités est de type communales au Luxembourg, il existe donc une offre foncière pour y implanter de grandes surfaces à l'écart des quartiers résidentiels dans un grand nombre des 118 communes que compte le pays.

Pour être complet, il faut signaler l'existence, à côté des zones d'activités gérées par les instances publiques, de zones d'activités privées. Là aussi, à côté des parcs d'affaires de la banlieue de Luxembourg-Ville, figurent des zones dans lesquelles l'activité commerciale domine.

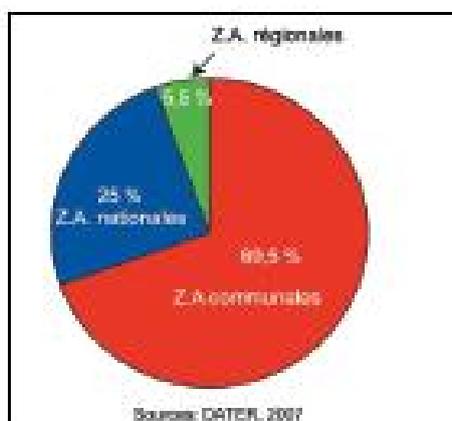
¹⁷ Source : www.cdm.lu/pls/CDM/download_file?id=93939

Carte 2 : Répartition spatiale des types de zones d'activités économiques au Grand-Duché de Luxembourg

Types et surfaces des zones d'activités en 2007



Surfaces totales des différents types de zones d'activités en 2007



Source : CEPS/INSTEAD – Cellule GEODE, 2008

6. EVALUATION DE LA POLITIQUE MENÉE ET NÉCESSITÉ D'UNE COORDINATION TRANSFRONTALIÈRE

6.1 EVALUATION GÉNÉRALE DE LA MISE EN ŒUVRE DE L'IVL

En 2006, la cellule GEODE du CEPS-INSTEAD a réalisé une évaluation portant sur la façon dont les communes se sont appropriées les principes de l'IVL (FELTGEN V., 2006). Reprenant divers enseignements de cette analyse lors d'une conférence de presse, le précédent Ministre de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire a souligné que les communes ne s'inscrivent pas encore dans la logique de l'IVL (sauf quelques rares exceptions comme les communes formant la Nordstad). En dehors des projets de cette Nordstad et de projets menés directement par des organismes dépendants de l'Etat central (comme la densification et la mixité des fonctions sur le quartier du Kirchberg à Luxembourg-Ville ou comme la Cité des Sciences d'Esch-Belval), les communes ont peu tendance à mettre en œuvre des réformes conformes à l'esprit de l'IVL. Ainsi, dans la majorité des communes rurales appelées, selon l'IVL, à ne connaître qu'une croissance réduite de la population et des emplois, cette croissance démographique est forte et s'inscrit toujours grandement dans cette logique de dépendance à la voiture.

En fait, « les communes qui ne sont pas inscrites sur la liste des communes prioritaires de l'IVL connaissent une croissance démographique de 2 à 3 fois supérieure à celles y retenues »¹⁸. Dans les communes qui, dans le cadre de l'IVL, sont appelées à accueillir l'essentiel de la croissance de la population et des emplois, trop peu de projets voient en effet le jour pour faire face aux besoins économiques et démographiques du Luxembourg. A l'origine de ce déficit, c'est surtout la rétention foncière qui est mise en exergue par les autorités. En conséquence, ces dernières constatent que, faute d'offre suffisante, la partie de la croissance démographique liée au décollage de l'emploi grand-ducal qui s'installe au-delà des frontières du pays est conforme au scénario au fil de l'eau que l'IVL avait cherché à éviter. « Le pays se trouve actuellement dans le « *Pendlerszenario* » qui - à cause de trajets plus longs et d'émissions de CO₂ plus importantes – est le moins durable des deux scénarios analysés par l'IVL (le deuxième étant le « *Einwohnerszenario* »). Le nombre de travailleurs frontaliers au Luxembourg est grandissant et a dépassé au troisième trimestre 2007 la barre des 138.000 salariés »¹⁹.

Ce manque de collaboration des communes serait dû à un défaut dans la communication et dans leur implication lors de l'élaboration de cette stratégie nationale. Il apparaît que cette stratégie de lutte contre la dépendance à la voiture via l'aménagement du territoire a été conçue par les services de l'Etat sans une intense et directe concertation avec les autorités communales. A l'époque (2002-2004), seul le Syndicat des Villes et Communes Luxembourgeoises (SYVICOL) avait été impliqué dans l'élaboration de ce concept intégré des transports et du développement spatial. Suite à ces constats, le précédent ministre luxembourgeois de l'Intérieur (en charge de l'aménagement du territoire) Jean-Marie Halsdorf a mené entre juin et octobre 2007 un ensemble de six réunions décentralisées d'informations à destination des communes concernant la mise en œuvre de l'IVL²⁰.

A l'occasion de ces séances d'information, la philosophie que sous-tend l'IVL ainsi que les lignes directrices guidant l'élaboration des quatre plans sectoriels "Transports", "Logement", "Zones d'activités économiques" et "Préservation des grands ensembles paysagers et forestiers" ont été présentées. A la suite de ces séances, le ministre Halsdorf a souligné qu'il est, à ses yeux, « essentiel de rechercher des concertations avec les entités voisines

¹⁸ Cf Conférence de presse du Ministre de l'Intérieur grand-ducal du 18 octobre 2007 relative à l'IVL (http://www.miat.public.lu/actualites/2007/10/1810_conference_presse_ivl/communiqu%C3%A9_presse_18102007.pdf)

¹⁹ Idem

²⁰ Voir le site : www.miat.public.lu/actualites/2007/10/1810_conference_presse_ivl/index.html

membres de la coopération transfrontalière au sein de la Grande Région. Une plus grande concertation bilatérale avec les régions voisines doit être développée afin de mettre en place des mesures visant à aborder en commun les défis auxquels non seulement le Luxembourg est confronté mais aussi les territoires limitrophes les plus proches de la frontière ». Sans cette coopération renforcée, le Grand-Duché craint ne pouvoir atteindre l'objectif qu'il s'est assigné : porter d'ici 2020 à 25 % la part modale des transports publics.

Il faut regretter le fait que l'évaluation officielle de la mise en œuvre de l'IVL présenté début 2008 par le CEPS-INSTEAD et le Ministre de l'Intérieur n'a pas du tout abordé l'évolution de la localisation du commerce²¹. Malgré la présence de nombreux indicateurs pertinents relatifs à l'évolution de la distribution de la population et des emplois, de la consommation d'espace par l'urbanisation..., il n'y a pas de trace d'indicateurs montrant la juxtaposition entre les nouveaux développements commerciaux et les logements ou croisant nouveaux projets commerciaux et communes prioritaires au sens de l'IVL (les centres de développement et d'attraction)...

Toutefois, à l'occasion de la communication du Ministre Halsdorf relative aux conclusions de sa tournée concernant la mise en œuvre de l'IVL, le ministre s'est exprimé sur un projet commercial concret. Il a pris l'exemple du Centre commercial de Wickrange, projet largement critiqué par les acteurs de l'aménagement du territoire au niveau national, « *pour illustrer les incohérences qui peuvent avoir lieu entre la pratique des acteurs locaux et les principes théoriques qui sous-tendent les efforts menés par l'aménagement du territoire en vue d'un développement spatial cohérent* »²². Nous reviendrons sur ce dossier au point suivant (point 7).

6.1 PRIORITÉS DE LA PRÉSIDENTE DE LA GRANDE RÉGION

Le 1^{er} février 2008, l'Etat grand-ducal a pris pour 18 mois la présidence de la Grande Région. En vue de cette présidence, le Grand-Duché a défini ses priorités²³. Le programme de travail de la présidence luxembourgeoise s'articule autour de trois volets comprenant chacun deux axes prioritaires. Le volet I concerne l'espace avec le développement territorial et la planification territoriale, le second porte sur le développement tant économique qu'universitaire et finalement, le dernier s'adresse aux citoyens avec le développement d'un sentiment d'appartenance et d'un cadre de vie harmonieux. Le premier volet relatif au développement territorial est considéré par le Luxembourg comme leur cheval de bataille, le thème central de la présidence.

A cette occasion, le Ministre de l'Aménagement du territoire a précisé son intention de la façon suivante : « *L'adoption au mois de mai 2007 sous présidence allemande du premier programme d'action relatif à la mise en œuvre de l'Agenda territorial de l'Union européenne ainsi que la Charte de Leipzig évoquant l'approche de planification intégrée du développement urbain sont autant d'éléments créant un contexte favorable au développement de la coopération transfrontalière au sein de l'Union européenne.*

C'est sur base de ces nouvelles impulsions communautaires que la présidence luxembourgeoise souhaite engager des réflexions et des discussions afin de dégager, à court terme, une démarche cohérente et intégrative en matière de développement territorial et de planification territoriale transfrontaliers. A plus long terme, la finalité recherchée par la

²¹ CEPS/INSTEAD – Cellule GEODE (2008) *Suivi du développement territorial du Luxembourg à la lumière des objectifs de l'IVL* (disponible à l'adresse : www.miat.public.lu/publications/amenagement_territoire/rapport_suivi_devel_terr_ivl_mai08/rapport_rapport_suivi_devel_terr_ivl_mai08.pdf)

²² Voir la p. 5 de la conférence de presse du Ministre de l'Intérieur grand-ducal du 18 octobre 2007 : www.miat.public.lu/actualites/2007/10/1810_conference_presse_ivl/communiqu_e_presse_18102007.pdf

²³ Voir les articles repris dans la rubrique Actualité/annonce du site www.grande-region.net aux dates du 04-02-08 (10^e Sommet de la Grande Région – Halsdorf présente le programme de travail de la présidence luxembourgeoise) et du 28-02-08 (Interview de Jean-Marie Halsdorf)

présidence luxembourgeoise concerne la mise en place d'un ensemble urbain polycentrique de dimension métropolitaine.

Afin de supporter ces priorités, la présidence luxembourgeoise souhaite développer, en concertation avec les entités membres de la Grande Région, une stratégie intégrée de planification territoriale concernant notamment les domaines des transports, des zones d'activités économiques ainsi que du logement. »

Si le commerce n'est pas cité explicitement dans ce cadre, une volonté politique commune à l'ensemble des partenaires de la Grande Région pourrait intégrer ce volet dans cette « *stratégie intégrée de planification territoriale* ». Au vu de la situation quasi anarchique régnant aux abords du territoire Grand-ducal concernant les implantations commerciales les dernières années, il serait utile de pouvoir freiner l'emballement favorisé par les nombreux promoteurs commerciaux déclarant chacun aider les pouvoirs publics dans la lutte contre l'évasion du pouvoir d'achat.

Rappelons ici que l'ambition émise dans le cadre de la Présidence de la Grande Région rejoint une des intentions du Programme directeur d'aménagement du territoire. Le document de Mise en œuvre de ce Programme évoque en effet la volonté de « *développer une approche intégrée en matière d'aménagement du territoire et de transport au niveau de la Grande Région, sur base du schéma de développement Saar-Lor-Lux+* » (MEO, p. 52).

Appliquer les principes de l'IVL aux territoires wallons sous orbite grand-ducale impliquerait de concentrer les développements résidentiels (voire commerciaux) au sein des localités proches des gares menant au Luxembourg (Neuchâteau, Marbehan, Habay, Arlon, Virton, Halanzy, Messancy, Athus, Trois-Ponts, Vielsalm et Gouvy). Par contre, poursuivre la dispersion des nouveaux lotissements au gré des vastes disponibilités des plans de secteur dans les petits villages et hameaux des communes d'Ardenne et de Gaume localisées à grande distance de ces gares et très mal reliés en bus à celles-ci risque de contrevirer aux ambitions des décideurs grand-ducaux. L'objectif d'atteindre 25 % de part modale pour les transports en commun à l'horizon 2020 est en effet mis à mal par cet étalement urbain caractérisant l'ensemble du territoire de la Grande Région, y compris le côté wallon sous orbite grand-ducale. La nécessité d'une maîtrise transfrontalière de ce phénomène est d'autant plus urgente qu'elle s'inscrit dans une distanciation de plus en plus grande entre la localisation des nouveaux lieux de résidences des travailleurs transfrontaliers et leur lieu de travail. Des communes de plus en plus éloignées de la frontière belgo-luxembourgeoise sont ainsi concernées par d'importants flux de travailleurs transfrontaliers, flux caractérisés par une forte dispersion des lieux de résidence, des lieux de travail et des commerces fréquentés.

7. ATTITUDE VIS-À-VIS DE LA CAPTATION / L'ÉVASION DU POUVOIR D'ACHAT PAR DELÀ DES FRONTIÈRES

7.1 LE LUXEMBOURG, CENTRE COMMERCIAL DE LA GRANDE RÉGION

Nous avons déjà souligné le changement dans l'attitude des autorités grand-ducales à la suite de l'expiration du moratoire sur les projets commerciaux dont la superficie de vente dépasse les 10 000 m². Depuis lors, l'Etat luxembourgeois regarde d'un œil bienveillant les promoteurs ayant pour ambition de l'aider à enrayer l'exode du pouvoir d'achat et, conformément à la volonté du premier Ministre Jean-Claude Juncker, à faire du Luxembourg « le centre commercial de la Grande Région ».

Cette attitude offensive a débouché sur l'accord du Ministre des Classes moyennes en charge des autorisations particulières pour divers projets de grands centres commerciaux situés en divers coins du Grand-Duché. Y figurent des projets qui sont relativement en phase avec les principes mis en avant par le PDAT et l'IVL (à l'image du projet d'Auchan à

Gasperich ou, mieux encore, du Belval Plaza à Esch-Beval, voir point 8.2.1). A l'opposé, ont été approuvés des projets qui sont en flagrante contradiction avec les intentions affichées dans le PDAT ou dans l'IVL (voir le point suivant). De nouvelles implantations commerciales visant explicitement à capter le pouvoir d'achat de la clientèle belge sont nombreuses à avoir obtenu ces dernières années une autorisation particulière. Citons ainsi :

- en 2003, un nouveau centre commercial de 5 345 m² à Differdange (près d'Athus) et un agrandissement de 1 995 m² du centre commercial Knauf à Pommerloch (près de Bastogne) ;
- en 2004, un agrandissement de 3 603 m² du Pall Center d'Oberpallen (près d'Arlon et d'Attert) ;
- en 2005, un agrandissement de 1 217 m² du Centre commercial Massen à Weiswampach (près de Gouvy et Burg-Reuland)
- en 2006, un nouveau magasin de meubles de 9 999 m² à Capellen (près d'Arlon) et un agrandissement de 10 030 m² du centre commercial Knauf à Schmiede (près de Gouvy) ;
- en 2007, un agrandissement de 5000 m² du magasin de meubles accordé l'année précédente à Capellen.

Par ailleurs, depuis 2007, les acteurs du commerce de détail du Grand-Duché ont lancé une campagne de promotion destinée à l'ensemble du territoire de la Grande Région intitulée *Shopping in Luxembourg, a good idea*²⁴. Cette campagne initiée par la Confédération Luxembourgeoise du Commerce (CLC) a notamment abouti, début 2008, à l'édition d'une *Shopping map*, présentant toutes les localités possédant au moins 2 500 m² de commerce²⁵.

En outre, des enquêtes ont été menées en 2002, 2003 et 2007 par le STAEC (Service national de statistique) et le CEPS/INSTEAD en vue de cerner les dépenses des travailleurs transfrontaliers. Ces enquêtes s'inscrivent directement dans les réflexions visant à capter à l'avenir un maximum de ce pouvoir d'achat au profit, notamment, du secteur commercial luxembourgeois²⁶.

Notons toutefois que la politique luxembourgeoise d'accroissement de l'équipement commercial du Grand-Duché afin de lutter contre l'évasion du pouvoir d'achat s'est opérée en parallèle à la hausse des accises pratiquées sur les produits pétroliers (en particulier du diesel). En réduisant une grande partie du différentiel existant vis-à-vis des niveaux de taxation pratiqués notamment en Belgique dans le cadre d'une harmonisation voulue par l'Europe, le Luxembourg a diminué nettement l'intérêt de ces produits d'appel pour les commerces luxembourgeois vis-à-vis des voisins belges, français et allemands. Vu la moindre taxation pesant sur le travail et la faiblesse des accises liées aux alcools et cigarettes, il reste cependant encore un nombre important de produits qui sont significativement moins chers au Grand-Duché qu'en Wallonie. Les eaux en bouteille plastique en font notamment partie vu la présence d'écotaxes sur ce type de produits chez nous.

²⁴ Voir le site : www.goodidea.lu

²⁵ Voir le communiqué de presse du 16 janvier 2008 de la CLC à l'adresse : www.clc.lu/incacontent/upload/communiqué%20de%20presse%2016%2001%2008.pdf

²⁶ Voir les sites : http://www.gouvernement.lu/salle_presse/actualite/2002/12/19statec/index.html, www.ceps.lu/pdf/3/art990.pdf, <http://www.lesfrontaliers.lu/index.php?p=edito&id=3339>, http://www.statistiques.public.lu/fr/communiqués/economie/prix_salaires/2007/06/20070614/20070614.pdf et http://www.statistiques.public.lu/fr/publications/series/Economie_et_statistiques/2007/18_2007/18_2007.pdf.

7.1 CONTRADICTION ENTRE L'ACCORD RELATIF AU CENTRE COMMERCIAL DE WICKRANGE ET LES PRINCIPES DE IVL

Le shopping center de Wickrange²⁷ est un exemple concret de centre commercial de grande dimension présenté par ses promoteurs comme susceptible de « répondre à l'exode du pouvoir d'achat luxembourgeois. Selon eux, ce nouveau centre commercial sera un frein au développement de l'offre commerciale dans les régions frontalières, en captant notamment une clientèle nouvelle actuellement en évasion »²⁸.

Ce projet, initié par le promoteur et investisseur ING Real Estate Development Belgium, se trouve à proximité d'une sortie de l'autoroute A4 Esch-sur-Alzette – Luxembourg-Ville, à mi-chemin entre ces deux villes. Le village de Wickrange est situé sur le territoire de la Commune de Reckange-sur-Mess. Dans le PDAT et l'IVL, cette localité rurale ne fait pas partie des CDA, ni même des centres supplémentaires en cas de réalisation du scénario résidence retenu dans l'IVL. Cette entité spatiale est donc appelée en théorie à un développement endogène limité. L'espace rural compris entre les agglomérations de Luxembourg-Ville d'une part et de l'ancienne région minière du sud du pays est d'ailleurs appelé à constituer, selon l'IVL, une ceinture verte à vocation paysagère et écologique. De plus, le site en question est très éloigné de la moindre gare et n'est desservi par aucune ligne de bus à forte fréquence. Ce site ne répond donc nullement aux principes de l'IVL.

Sur les 31 540 m² de surface de vente prévus initialement par le concepteur de ce projet, l'assortiment dominant devait couvrir l'équipement de la personne (habillement, maroquinerie, bijoux). En complément, étaient prévues d'autres branches commerciales comme l'électroménager, l'audiovisuel, l'hygiène et la santé. Un supermarché de petite taille devait aussi faire partie de ce centre commercial. Pourtant, vu son orientation vers l'équipement de la personne, ce projet entre clairement en concurrence avec le commerce de centre-ville des villes voisines d'Esch-sur-Alzette et de Luxembourg. Ce projet a donc directement cristallisé les critiques des représentants du commerce de ces deux villes. Celles-ci ont été relayées tant par la Ville d'Esch que par la Chambre de commerce du Grand-Duché et par la Confédération Luxembourgeoise du Commerce.

Le 23 août 2007, le Ministre des Classes moyennes Fernand Boden (CSV) a donné son feu vert pour la construction de 23 000 m² de surface commerciale. Par rapport au projet initial, l'autorisation particulière qu'il a délivrée a simplement imposé une réduction de 8 000 m² de la surface de vente. Il a par contre conservé le caractère dominant de l'équipement de la personne au sein de l'assortiment du projet²⁹. Par cette décision, Fernand Boden n'a suivi ni les recommandations de la Commission de l'équipement commercial ayant mis en évidence le risque de déséquilibre entre l'offre et la demande dans les différents secteurs commerciaux, ni considéré les remarques formulées par la commission d'aménagement. Celle-ci s'était montrée plus que sceptique quant à l'impact de ce projet sur l'aménagement du territoire et le développement urbain de la région sud. Il semble que ce sont les arguments relatifs à la lutte contre l'évasion du pouvoir d'achat par delà les frontières étatiques qui aient prévalu sur toute autre considération.

Cette décision a placé son camarade de parti, le ministre de l'Intérieur et de l'Aménagement du territoire Jean-Marie Halsdorf (CSV) dans une situation peu envieuse vu ses efforts de cohérence en matière de développement durable du gouvernement. Au même moment que

²⁷ Voir le site : <http://wickrangeshoppingcenter.com>

²⁸ Voir le site : http://www.land.lu/html/dossiers/dossier_landesplan/wickrange_220607.html

²⁹ Le projet du Wickrange Shopping Center sera réservé à la vente d'articles et de produits des branches commerciales « produits alimentaires et articles de ménage » (1.800 m²), « habillement » (13.265 m²), « chaussures et maroquinerie » (1.400 m²), « hygiène et santé » (2.400 m²), « horlogerie et bijouterie » (440 m²), « librairie et papeterie » (300 m²), « disques et instruments de musique » (300 m²) et « électroménager et audiovisuel » (3.066 m²). (Voir le site : www.gouvernement.lu/salle_presse/communiques/2007/08/23boden_wickrange/index.html)

le Ministre des Classes moyennes accordait son autorisation, le Ministre de l'aménagement du territoire était en effet en tournée aux quatre coins du pays pour présenter aux acteurs locaux la stratégie de l'IVL.

La presse s'est fait écho de ce problème : « *Le gouvernement se trouve donc devant un problème de crédibilité maintenant que les grands principes du programme directeur de l'aménagement du territoire et de l'IVL vont être jetés par-dessus bord. Il est clair qu'ils ne pourront plus vraiment servir comme instruments de guidance pour l'avenir si un projet comme celui-ci est réalisé. Et de toute manière, une armée d'avocats se tient au garde à vous pour déconstruire toute assise normative ou même contraignante de ces axiomes, pourtant approuvés par le gouvernement*³⁰. »

Le projet en question prenant place au sein d'un terrain affecté à la zone artisanale au sein du PAG de la commune de Reckange-sur-Mess, le ministre en charge de l'aménagement du territoire n'a pas eu à se positionner vis-à-vis de ce shopping center. Cette affectation autorise en effet l'implantation de commerces de détail. Les autorités communales ont donc octroyé seules l'autorisation de bâtir.

A la suite de cette décision, le Conseil supérieur de l'aménagement du territoire (CSAT, soit l'équivalent de la CRAT en Wallonie) a rendu d'initiative un avis concernant ce projet le 18 février 2008³¹. Cet avis fait d'abord le constat que ce centre commercial met à mal la crédibilité du Gouvernement quant à la réalisation des objectifs énoncés dans le Programme directeur de l'aménagement du territoire et est en contradiction avec les engagements souscrits dans le cadre du Protocole de Kyoto. Cet avis contient aussi diverses recommandations à l'attention du Gouvernement. « *Le CSAT est d'avis que lorsque un projet d'établissement d'un centre commercial dépasse largement le cadre communal, comme c'est le cas pour Wickrange, c'est au Ministre de l'Aménagement du Territoire de dire où doit s'implanter un tel projet et de fixer des critères pour rechercher le site le plus approprié possible.*

Le CSAT est d'avis que :

- *afin d'éviter un chaos total en matière d'aménagement du territoire, il est impératif de respecter les directives énoncées aussi bien par le Programme Directeur que par l'IVL ;*
- *les instruments actuels ne permettent pas au Ministre compétent en la matière d'éviter ce genre de projet voire de résoudre le problème qu'il pose et par conséquent, il est indispensable que le pays dispose de procédures légales avec des principes clairs et un cadre strict qui respecte l'autonomie communale tout en s'imposant naturellement aux responsables communaux ;*
- *le gouvernement devrait, dans le cas de projets d'envergure dépassant le cadre local, appliquer l'article 6 de la loi du 21 mai 1999 concernant l'aménagement du territoire stipulant que "...le programme directeur oriente les démarches et les décisions du Gouvernement et des pouvoirs locaux..." (...);*
- *il est nécessaire de disposer de critères précis faisant la distinction entre les projets d'intérêt local, régional et national ;*
- *le Ministre de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire doit disposer d'instruments qui lui permettent de dire aux autres membres du Gouvernement ce qu'ils peuvent faire ou ne pas faire dans le respect des contraintes en matière d'aménagement du territoire.*

³⁰ Voir le site : www.land.lu/html/dossiers/dossier_landesplan/wickrange_051007.html

³¹ Voir le site : www.miat.public.lu/ministere/min_200_organisation/230a_commissions_conseils_amen_terr/csatavis_csatavis_csat_012.pdf

Le CSAT recommande au Gouvernement de modifier la loi de 1999 concernant l'Aménagement du Territoire afin d'intégrer la saisine obligatoire du Ministre ayant l'aménagement du territoire dans ses attributions pour tout projet d'implantation d'une infrastructure d'envergure régionale ou nationale, qu'il soit d'ordre public ou privé.

Le CSAT recommande au Gouvernement de faire établir des critères spécifiques pour justifier la recherche d'un site adéquat et la localisation de telles infrastructures, notamment dans le cadre de l'élaboration des plans sectoriels et plus particulièrement du plan sectoriel « zones d'activités économiques ».

Le CSAT recommande d'intégrer des critères spécifiques d'implantation en matière d'équipement commercial dans le cadre de la transposition de la directive européenne « services ».

Le CSAT recommande de prévoir dans la réforme des finances communales un système de compensation financier pour les communes qui se situent dans des zones ne pouvant prétendre à l'accueil de telles infrastructures ».

Il ne nous a pas été possible d'identifier les suites que compte donner le Gouvernement à ces recommandations. En particulier, nous n'avons pu percevoir la façon dont devrait être transposée la directive « services ».

8. PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ

8.1 ABSENCE DE PROJETS DE PPP SPÉCIFIQUES AU COMMERCE EN CENTRE URBAIN

Après avoir sollicité des fonctionnaires de la DATER (l'administration nationale de l'aménagement du territoire), il est apparu qu'aucun projet d'immobilier commercial en centre urbain basé sur un PPP ne pouvait encore être mis en avant sur le territoire grand-ducal. Ce constat est le reflet d'une très faible proportion de cellules commerciales vides dans les centres commerçants traditionnels des villes et bourgs du Grand-Duché. La forte croissance démographique et économique connue depuis 50 ans, en particulier ces quinze dernières années, peut expliquer ce fait. Rien de comparable à ce qui s'est fait au centre de Roubaix, Sheffield, Maastricht, Courtrai n'est donc observable dans un contexte de centre-ville au Grand-Duché. Cependant, nous pensons qu'il est utile d'observer la place qu'occupe la fonction commerciale dans certains des projets clés soutenus par l'Etat en vue de mettre en œuvre sa stratégie de polycentrisme et de ville des courtes distances.

8.1 PROJETS EN COURS POUR LES CDA DE NIVEAU MOYEN DANS LESQUELS LE COMMERCE TROUVE UNE PLACE SECONDAIRE

Au niveau national, pour atteindre, à l'horizon 2020, 25 % de part modale pour les transports en commun, il est apparu nécessaire de concentrer une grande partie de la croissance de l'emploi et une partie significative des nouveaux logements dans un nombre limité de quartiers bénéficiant d'une desserte publique très performante. Ceci implique leur bonne situation par rapport au réseau ferré (voisinage direct d'une gare bénéficiant d'une fréquence soutenue ou desserte par bus à forte fréquence en quelques minutes depuis une telle gare). Dans le même temps que des projets immobiliers de grande ampleur caractérisés par une grande densité et une mixité des fonctions sont montés dans ces quartiers, un renforcement de l'offre en transport en commun est prévu sur ces sites afin de pouvoir y dépasser localement l'objectif des 25 % de part modale pour ces modes de déplacements collectifs. Bien entendu, les importants investissements consentis notamment envers des projets de trams-trains sont rendus possibles sur le plan de la rentabilité par la proximité existant entre ces quartiers et les quartiers urbains denses voisins et par les densités (emplois + habitants)

espérées en leur sein même. Trois de ces projets concernent le territoire de la ville de Luxembourg (le plateau du Kirchberg, la Porte de Hollerich et le quartier de la Gare centrale³²). A côté des projets centrés sur la Ville de Luxembourg, l'Etat luxembourgeois a initié un grand projet sur chacun des deux CDA de niveau moyen retenus dans le cadre du PDAT : le projet d'Esch-Belval et celui de l'Axe central de la Nordstad. Ces deux projets d'envergure sont aujourd'hui portés tant par l'Etat que par les autorités locales et par le secteur privé, en ce compris les acteurs de l'immobilier commercial.

8.2.1 Projet Belval

Le plus gros projet immobilier en cours au Grand-Duché concerne Belval³³. Celui-ci est mené sur une ancienne friche de l'ARBED située à 1 km à l'ouest du centre d'Esch-sur-Alzette. Il s'agit d'un site de 123 ha dont 69 hectares de terrains constructibles. L'objectif du projet est d'y concentrer de multiples fonctions (l'université de Luxembourg, des centres de recherche, des entreprises de haute technologie, 5 000 logements destinés aux étudiants et à du personnel scientifique, des équipements culturels dont une grande salle de spectacle - la Rockhall -, un grand centre commercial - Belval Plaza I et II³⁴ - et des immeubles de bureau - Dexia-BIL ayant déjà délocalisé une grande partie de ses employés situés jusque-là à Luxembourg-ville -). 20 000 travailleurs et étudiants accompagnés de 5 500 habitants sont attendus sur cet espace limité qui offrira notamment une coulée verte servant de zone tampon entre les quartiers résidentiels et les quartiers où dominent les activités économiques. Cette cité se trouve le long de la voie de chemin de fer reliant Esch à Pétange et dispose d'un arrêt spécifique depuis l'inauguration en 2005 de la Rockhall.

Au sein du projet mixte que constitue le site d'Esch-Belval, le projet commercial Belval Plaza I constitue lui-même un projet comportant diverses fonctions. Ce mélange de fonctions comprend 91 appartements, un centre commercial et des infrastructures tertiaires. Belval Plaza I intègre également l'aspect loisirs ; il abritera sous un même toit un cinéma multiplex de 1.500 places, boutiques et commerces, notamment des magasins spécialisés en produits culturels et techniques. L'inauguration vient d'avoir lieu le 23 octobre 2008. Plaza Tower, une tour de bureau de 12 étages pour 8 800 m² viendra prochainement compléter le bâtiment. Le projet Belval Plaza II proposera pour sa part un ensemble d'activités commerciales orientées soins du corps et décor de maison ainsi que 198 appartements. Le centre ouvrira ses portes au printemps 2009. Belvalplaza II s'inscrit dans la complémentarité de Belval Plaza I, à proximité directe de la future gare de Belval (en bleu sur le plan de la figure 1).

Le projet Belval Plaza dans son ensemble est le fruit du travail du promoteur néerlandais Multiplan Design & Development. Afin de garantir la réalisation de ce projet, Multiplan a créé une coentreprise avec l'investisseur SNS Property Finance. En ce qui concerne le développement global du projet d'Esch-Belval, le responsable du projet (en charge notamment de l'aménagement et de la commercialisation du foncier) est la société Agora. Cette société a été créée en octobre 2000 dans le cadre d'un partenariat entre l'Etat luxembourgeois et le groupe ArcelorMittal. La société a pour mission de « *viabiliser et développer les friches industrielles situées sur d'anciens sites de sociétés sidérurgiques luxembourgeoises, dans un sens favorable à l'intérêt général dans les domaines économique, social, écologique, culturel et de l'aménagement du territoire en respectant les principes de gestion et de valorisation de l'économie privée* »³⁵.

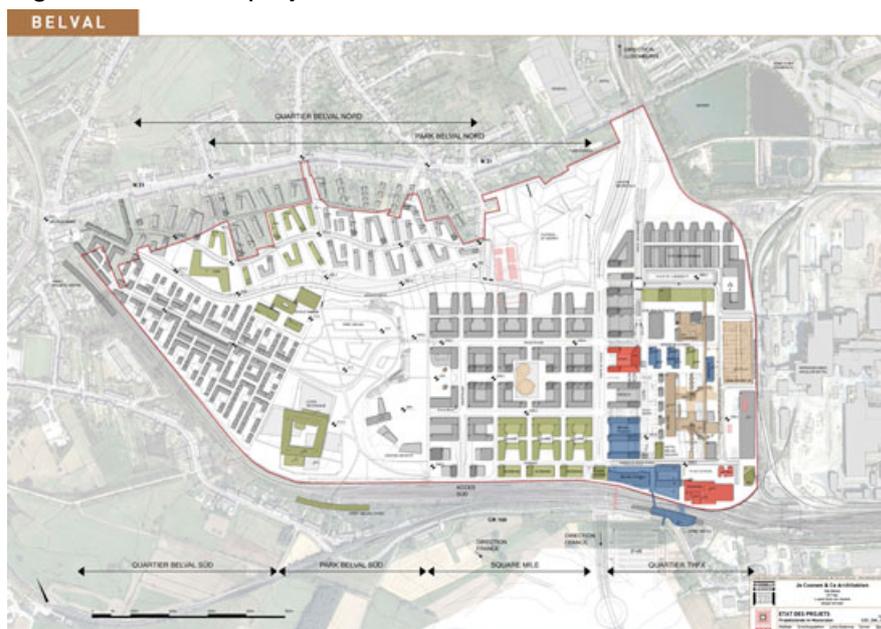
³² Voir les sites : www.kirchbergonline.lu, www.mt.public.lu/planification/porte_hollerich/index.html et www.vdl.lu, rubrique « Mairie et services centraux, Urbanisme, Urbanisme – Aménagements, Projets urbains ».

³³ Voir le site : www.belval.lu/var/belval/storage/original/application/2ad5dc1f3c6c13b8b5f484996c83a4c2.pdf

³⁴ Voir le site : www.belvalplaza.lu

³⁵ Voir le site : www.agora.lu

Figure 1 : Plan du projet de Belval



Source : www.belval.lu

Cet exemple démontre combien il est intéressant et possible de pratiquer la mixité logement – commerce – autres fonctions compatibles avec l'habitat à différentes échelles. Même pour un projet commercial de plusieurs milliers de mètres-carrés, y intégrer des appartements aux étages est une solution à promouvoir.

8.2.2 Axe central de la Nordstad

Un projet beaucoup moins connu, ambitieux et avancé mais bien plus transposable au contexte des petites villes wallonnes est le projet de densification de l'axe central de la Nordstad. Le choix du bipôle Diekirch-Ettelbruck comme CDA d'ordre moyen résulte d'une analyse ayant montré que la vaste partie nord du pays, très rurale, restait très dépendante de la Ville de Luxembourg pour un grand nombre de services, occasionnant de la sorte de longs trajets peu souhaitables. Vu l'absence d'un centre urbain unique incontestable susceptible d'accueillir services et emplois nécessaires à cette grande région, il a été choisi d'en créer un au départ de deux petites villes peuplées chacune de moins de 8 000 habitants, voisines d'à peine 5 km l'une de l'autre et disposant d'une bonne accessibilité tant en voiture qu'en train ou en bus avec une grande partie de cette partie nord du pays.

L'Etat Luxembourgeois a réussi à convaincre les villes de Diekirch et d'Ettelbruck ainsi que 4 autres localités voisines situées dans les vallées de la Sûre et de l'Alzette (Erpeldange, Schieren, Colmar-Berg et Bettendorf) de s'associer entre elles pour permettre à cette polarité naissante d'atteindre la taille critique nécessaire pour servir de pôle urbain pour l'ensemble de la partie nord du pays (l'Oesling). Cette association s'est d'abord matérialisée via une convention adoptée en septembre 2005. Par cette convention, les parties contractantes se fixaient trois missions³⁶ :

- a) « Aboutir à un développement plus équilibré dans la distribution et localisation des emplois et du logement à l'intérieur des communes contractantes ;
- b) Développer l'agglomération de la Nordstad et en valoriser les potentialités spécifiques afin d'aboutir à des développements complémentaires des trois grands pôles de développement du pays (Nordstad, Ville de Luxembourg avec le plateau du Kirchberg et le Sud-Ouest de

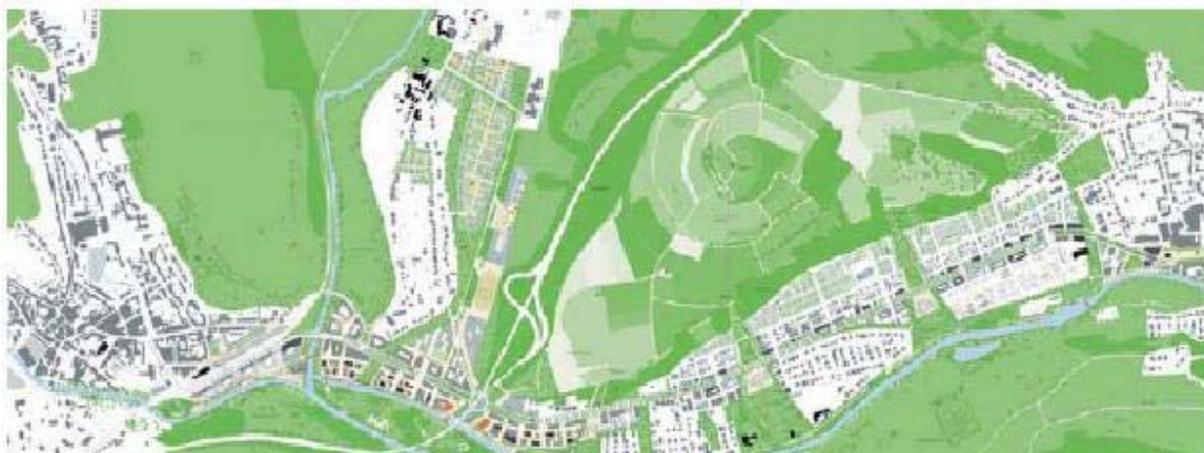
³⁶ Voir le site : www.nordstad.lu/file.pdf?FileID=15763

l'agglomération de la ville de Luxembourg et Belval-Ouest) dans le respect des objectifs supérieurs de la déconcentration concentrée et du polycentrisme dans l'optique d'un développement plus équilibré du territoire national ;

c) Mettre en place une structure spatiale, définissant une localisation et une densité d'occupation des fonctions, des infrastructures de transports, ainsi qu'un aménagement et un maillage des espaces verts, qui soutiennent la réduction du trafic motorisé individuel et la promotion des modes de transport en commun et/ou non motorisés ».

Les six communes en question sont toutes situées au fond d'une vallée étroite à proximité de la confluence de l'Alzette avec la Sûre. Notons que la vallée n'offre plus guère de disponibilités foncières sur le territoire d'Ettelbruck et de Diekirch. Pourtant, il est décidé de concentrer l'essentiel de la nouvelle urbanisation (toutes les fonctions, y compris le commerce de détail, excepté les industries et entreprises peu compatibles avec l'habitat) dans les disponibilités foncières de la vallée sur tout l'espace compris entre ces deux localités (sur le territoire de la commune d'Erpeldange pour l'essentiel). Pour ce faire, les années 2007 et 2008 ont vu l'élaboration et l'adoption d'un Masterplan couvrant cet axe central de la Nordstad. La localité rurale d'Erpeldange ainsi que diverses friches proches de la gare d'Ettelbruck (seconde gare du pays en termes de fréquentation) sont amenées à voir arriver une urbanisation dense et mixte. Celle-ci sera composée tant d'immeubles à appartements, d'immeubles de bureau, d'équipements publics de rayonnement régional, d'immeubles mixtes commerce au rez + appartements aux étages et de logements unifamiliaux mitoyens. Du côté de Diekirch, la zone d'activités nationale située à l'entrée de la ville devrait connaître une profonde mutation en vue de son inscription dans le cadre de ce concept d'axe central de la Nordstad. Actuellement caractérisée par sa monofonctionnalité et par une densité moyenne, elle contient une série d'activités qui génèrent des nuisances néfastes pour l'attractivité du reste du projet. Plusieurs des entreprises qui s'y trouvent s'apprêtent à déménager vers le nouveau parc d'activités situé sur le plateau dominant au nord la Nordstad. Elles seront remplacées par les mêmes fonctions que celles citées précédemment. Le transfert des entreprises de la zone d'activités de la vallée vers celle du plateau ne se fera bien entendu que très progressivement selon leurs propres contraintes.

Figure 2 : Concept d'urbanisation retenu pour l'Axe central de la Nordstad.



Source : www.norstad.lu

Le projet prévoit la création de 6 000 emplois, 3 000 logements (soit un accroissement de la population de 7 à 8 000 personnes). Dès 2009, les premiers projets immobiliers conformes à cette philosophie devraient sortir de terre. Si beaucoup d'aspects du projet restent à définir, notamment en fonction des volontés des multiples propriétaires des terrains, on sait déjà que les abords immédiats de la gare d'Ettelbruck devraient être profondément réaménagés. La priorité devrait y être donnée au logement et au commerce. Ces nouvelles implantations commerciales devraient donc voisiner les rues principales du pôle commerçant d'Ettelbruck.

Elles devraient permettre l'arrivée de nouvelles enseignes commerciales à rayonnement régional. Ces dernières sont souvent à la recherche de cellules commerciales de taille moyennes, produit que ne peut offrir en nombre suffisant le centre-ville d'Ettelbruck dans son état actuel. En concentrant ces nouvelles enseignes aux abords du centre commerçant, ce projet devrait contribuer à renforcer l'attractivité de l'ensemble de cette polarité commerciale de centre-ville.

9. LA PROCÉDURE RELATIVE AUX PERMISSIONS DE VOIRIE

Il existe au Grand-Duché une limitation de la possibilité de développer une urbanisation en ruban le long des routes de l'Etat via une loi sur les permissions de voirie. Celle-ci freine les possibilités d'implanter des commerces le long des routes nationales leur donnant un accès direct³⁷. Cette réglementation qui concerne tant les lotissements résidentiels que les zones d'activités a pour but de préserver le rôle principal qu'ont à jouer ces routes nationales, à savoir le transit à moyenne/longue distance entre les principales localités. Il s'agit donc d'éviter d'ajouter à ces principaux axes de circulation un rôle de desserte locale. On sait parfaitement que le mélange de ces deux fonctions très fréquent en Belgique (Flandre et Wallonie) est source de graves problèmes d'insécurité routière et de congestion en raison de la multiplication de manœuvres de tourne à gauche le long d'axes routiers au trafic très chargé. Tout en limitant la possibilité d'implanter des immeubles donnant directement accès sur les principaux axes routiers, cette réglementation vise à favoriser l'accès aux immeubles implantés à proximité de ces routes nationales via une voirie de desserte commune à plusieurs immeubles.

Le guide d'application de cette loi relative aux permissions de voirie impose l'obligation suivante : « *une bande de verdure d'une largeur minimale de 5,00 m est à intercaler entre la voirie de l'Etat et les différents lots d'aménagement de la zone d'activités* » (point B2.1 du Tome 1 du guide).

« *L'organisation de la circulation accédant à la zone d'activités ou quittant cette zone doit être opérée de manière à ne pas pénaliser la circulation sur la route de l'Etat. En fonction de l'importance des flux générés par la nouvelle zone d'activités, l'administration des Ponts et Chaussées peut solliciter auprès du requérant la réalisation d'une étude de trafic. Cette étude de trafic, à prendre en charge par le promoteur du projet, est à confier à un bureau d'ingénieurs conseils agréé et à réaliser sous la direction des services concernés de l'administration des Ponts et Chaussées* » (point B.7.1 du Tome 1 de la loi).

Le point B.8 du Tome 1 de ce guide prévoit toutefois l'existence d'exceptions à cette règle. « *L'acceptation d'accès individuels directs à la voirie de l'Etat pour desservir des établissements implantés dans des zones classées d'activités dans le PAG doit rester exceptionnelle et s'applique principalement aux situations existantes, où des lacunes non occupées se trouvent entre les parcelles d'établissements en place bénéficiant déjà d'un accès individuel direct à la voirie de l'Etat* » (point B.8.2).

« *L'existence de telles configurations s'explique par:*

- *des procédures d'autorisation anciennes ;*
- *des situations héritées dans le cadre d'un reclassement de la voirie* » (point B.8.3).

« *La création de nouveaux projets de ce type est toutefois envisageable dans certains cas exceptionnels précis, dans le cadre de la réalisation de nouvelles routes ou de réaménagements de routes existantes traversant des fonds classés zones d'activités aux PAG des communes concernées* » (point B.8.4). Ce type de situation autorisée est lié à des

³⁷ Voir les sites : http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/index.html et http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/tome_1/B_Guide_Application_zones_activites.pdf

conditions topographiques particulières notamment au cas où l'exiguïté des terrains ne permet pas la réalisation d'une voie de desserte en supplément de la route de l'Etat. C'est aussi le cas lorsque « *l'intensité de la circulation sur la route de l'Etat ne justifie pas l'aménagement d'une telle voie de desserte (seulement sur les chemins repris avec une intensité de trafic inférieure à 5.000 véh./jour dans la moyenne journalière annuelle les deux sens de circulation cumulés)* » (point B.8.4.3 du Tome 1 du guide).

Cependant, « *lorsque la réalisation de telles zones avec accès individuels directs exige l'aménagement d'une voie de tourne à gauche ou d'une voie de tourne à droite sur la chaussée de la route de l'Etat, les frais en découlant sont à charge du requérant* » (point B.8.4.5 du Tome 1 du guide).

Cette réglementation datant de 1977 devrait d'ici peu être renforcée. En effet, le 03 mars 2007, le Gouvernement luxembourgeois a approuvé un projet de loi concernant les permissions de voirie³⁸. La nouvelle législation concernant les permissions de voirie s'intègre dans la mise en œuvre des concepts qui sont à la base de l'IVL ou encore du Programme directeur d'aménagement du territoire.

Le projet de loi définit les modalités de délivrance par le ministre des Travaux Publics d'une permission de voirie concernant l'ensemble du réseau routier de l'Etat. Le nouveau projet de loi se distingue de l'ancienne loi par les éléments suivants :

- Le projet de loi définit d'une manière plus claire le champ d'application de la législation, en y incluant l'assise et les dépendances de la route elle-même et en précisant la largeur des bandes latérales.
- Le projet de loi respecte la hiérarchie du réseau routier en prohibant les accès sur les routes faisant fonction de voies de contournement et en prévoyant des dispositions plus limitatives sur les routes nationales que sur les chemins repris (c'est-à-dire les routes nationales de second ordre, à l'image de la plupart de nos nationales à trois chiffres).
- Le projet de loi donne la possibilité de faire participer les requérants aux frais d'études spécifiques générés par l'instruction des dossiers (de lotissements, de zones d'activités – zones commerciales).

Sur le plan des dispositions communes, le projet de loi :

- fixe le principe que les effets d'une permission de voirie peuvent être permanents ou limités dans le temps ;
- donne pouvoir aux agents investis du pouvoir de police judiciaire, délégués à cette fin par le directeur de l'Administration des Ponts et Chaussées, de dresser procès-verbal des infractions à la législation sur les permissions de voirie ;
- fixe d'une manière plus précise les sanctions encourues par les contrevenants. Ainsi, les amendes ont été augmentées et la possibilité est offerte au juge saisi d'exiger la démolition des constructions érigées sans autorisation.

10. FORCES ET FAIBLESSES DU POINT DE VUE DE L'AMENAGEUR SOUCIEUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Forces :

- Dans les documents stratégiques et le discours du Ministre de l'aménagement du territoire, est exprimée la volonté d'une certaine coordination de l'aménagement du territoire et des transports avec les territoires voisins au sein de la Grande Région.

³⁸ Voir le communiqué de presse du Gouvernement grand-ducal du 02 mars 2007 : http://www.gouvernement.lu/salle_presse/conseils_de_gouvernement/2007/03/02conseil/index.html#10

L'élaboration de cette stratégie intégrée transfrontalière de planification territoriale offre une opportunité pour mettre fin à la surenchère de projets commerciaux de grandes dimensions qui visent à capter du pouvoir d'achat par delà les frontières nationales en laissant de côté les objectifs du développement durable.

- Au sein du PDAT et de l'IVL, des principes très explicites et forts concernant la maîtrise de l'urbanisation dans son ensemble sont présents. De plus, l'Etat met en œuvre une démarche pour transposer cette stratégie (polycentrisme, ville des courtes distances, mixité des fonctions, coordination de l'urbanisation avec l'offre en transport en commun) dans la réalité (diffusion auprès des acteurs locaux, mise sur pied de documents de planification sectoriels ou régionaux, évaluation via des indicateurs et, surtout, mise sur pied de quelques projets exemplaires).
- Au sein de cette stratégie nationale d'aménagement du territoire, il existe quelques objectifs quantitatifs servant de références (en particulier celui visant à porter la part modale des transports en commun de 14 à 25 % d'ici 2020).
- Une procédure relative aux autorisations de voiries fournit un outil adéquat pour mettre fin au développement des grandes surfaces périphériques sous forme de ruban le long des grands axes routiers.
- Le refus de toute implantation de commerce de détail au sein des ZAE nationales et régionales est justifié via l'argument que cela engendrerait une concurrence déloyale par rapport au commerce s'installant en zone d'habitat. Vu les subventions accordées par l'Etat pour l'équipement de tels terrains, le prix qui y est pratiqué est largement en-dessous du prix du marché par rapport aux zones d'habitat, là où l'on privilégie la localisation du commerce.

Faiblesses :

- Il existe une très faible prise en compte de critères de localisation inspirés des principes du développement durable dans le cadre de la procédure des autorisations particulières (autorizations octroyées par le Ministre des Classes moyennes). D'ailleurs, les critères pris en compte par le Ministre et par la Commission d'équipement commercial qui le conseille ne sont nullement explicités.
- On constate un grand écart entre les intentions très orientées développement durable de l'IVL et du PDAT et les autorisations particulières accordées sur base d'un argument principal : l'équipement commercial envisagé contribuera à réduire l'évasion du pouvoir d'achat par delà des frontières et servira de frein au développement de l'offre commerciale dans les régions frontalières.
- Une très faible attention est accordée à la localisation des commerces dans les documents stratégiques d'aménagement du territoire existants (PDAT et IVL) ou en préparation (Plans directeurs sectoriels). A actualiser car le PS Zones d'activités comportera un chapitre sur le commerce
- Au sein de cette stratégie, aucune distinction n'est opérée entre les commerces de biens de consommation courante, les biens de consommation semi-courante d'équipement de la personne ou d'équipement de la maison.
- Il est légalement permis d'installer tout type de commerce de détail dans une large partie des zones d'activités communales et privées. Pour autant qu'il y ait des disponibilités foncières et que la commune soit d'accord, l'administration nationale et le ministre de l'aménagement du territoire n'ont aucun moyen pour stopper un projet qui serait en contradiction avec les stratégies de l'IVL et du PDAT.

11. BIBLIOGRAPHIE

BARTHE-BATSALLE H., BRÜCK L., DE KEERSMAECKER M.-L., GEORGES X., HALLEUX J.-M., LAMBOTTE J.-M., MARECHAL L. ET ROUSSEAU V. (2002) *Les coûts de la désurbanisation*, Etudes et Documents - CPDT 1, Ministère de Région wallonne, DGATLP, Namur, 135 p.

CEPS/INSTEAD – DEPARTEMENT GEODE (2008) *Suivi du développement territorial du Luxembourg à la lumière des objectifs de l'IVL*, Ministère de l'intérieur et de l'aménagement du territoire, 49 p. (disponible sur le site :

www.miat.public.lu/actualites/2008/05/2905_developpement_territorial_CEPS_monitoring)

FELTGEN V. (2006) *Stratégies foncières des communes au Luxembourg. L'exemple de Kopstal, Leudelange, Lintgen, Mondorf, Pétange, Remich, Roeser et Steinfort*, Cahier GEODE n°17, CEPS-INSTEAD (disponible sur le site : www.ceps.lu/geode)

INNENMINISTERIUM, TRANSPORTMINISTERIUM, MINISTERIUM FÜR ÖFFENTLICHE BAUTEN UND UMWELTMINISTERIUM (2004) *IVL - ein integratives Verkehrs- und Landesentwicklungskonzept für Luxemburg* (disponible sur le site :

www.ivl.public.lu/documents/de/IVL_Bericht_Januar_2004_-_integral1.pdf)

MINISTERE DE L'INTERIEUR – DATUR (2003) *Programme directeur d'aménagement du territoire*, Adopté par le Gouvernement luxembourgeois le 27.03.2003

MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR – DATUR (2005) *IVL – l'idée, l'analyse, le concept – Un concept intégré des transports et du développement spatial pour le Luxembourg*, 22 p.

SPANNOWSKY W. (sous la direction de) (2006) *Implantation de magasins de grande surface - Comparaison des systèmes d'aménagement du territoire dans la Grande Région*, projet e-BIRD, 298 p.

MERSCH M. (2008), Grand-Duché de Luxembourg, in : *Implantation de magasins de grande surface - Comparaison des systèmes d'aménagement du territoire dans la Grande Région*, projet e-BIRD, pp. 235-255.

ANNEXE 6 : ANALYSE DES PERMIS SOCIO-ECONOMIQUES

1. OBJECTIFS DE CETTE ANALYSE ET PLAN DE RÉDACTION

L'analyse des demandes de permis socio-économiques déposées durant ces huit dernières années doit permettre de répondre à divers questionnements relatifs aux tendances récentes en matière de localisation des commerces, tant à l'échelle macro- que micro-spatiale. Quatre objectifs principaux guident cette analyse.

1) Le premier objectif est de quantifier les changements apparus suite à l'adoption en 2004 de la nouvelle loi sur le permis socio-économique. Ceci nécessitera tout d'abord d'analyser la distribution des projets dans le temps et dans l'espace à une échelle régional.

2) Le deuxième objectif est de caractériser la localisation des projets d'implantations commerciales pour lesquels un permis socio-économique a été délivré en croisant des variables liées à l'environnement du projet avec des variables propres à celui-ci. Il s'agit d'objectiver, de quantifier certaines tendances vis-à-vis desquelles existent certains a priori. Il s'agira donc de répondre aux questions suivantes :

- Constate-t-on une concentration particulière des nouvelles implantations commerciales là où la population et son pouvoir d'achat augmentent fortement ?
- En quelle proportion, ces nouveaux projets commerciaux concernent-ils des communes qui ne font pas partie des polarités du SDER ou des principales polarités urbaines au sens de la hiérarchie de Van Hecke ?
- Existe-t-il une relation entre la taille de ces nouveaux projets commerciaux et la position de la commune dans les polarités du SDER ou dans la hiérarchie de Van Hecke ?
- En quelle proportion ces nouvelles implantations commerciales s'inscrivent-elles dans un noyau commerçant traditionnel, dans un noyau commerçant périphérique ou en dehors de toute polarité ?
- Quel type d'assortiment est associé à quel type de localisation du point de vue de l'accessibilité par les alternatives à la voiture ?
- Ces nouveaux projets s'inscrivent-ils de par leur localisation dans une logique de mixité avec l'habitat ou de séparation des fonctions ?
- En quelle proportion, ces nouvelles implantations commerciales sont-elles situées en ZAE au plan de secteur ?
- ...

3) Le troisième objectif est de caractériser les projets d'implantations commerciales dont le permis socio-économique a été refusé.

4) Enfin, les résultats de cette analyse doivent nous permettre d'affiner les propositions relatives aux critères à prendre en compte tant au niveau macrospatial que microspatial lors du traitement des demandes de permis relatifs à des implantations commerciales.

Afin de répondre à ces questionnements, les demandes de permis socio-économique doivent être croisées avec diverses variables spatiales telles que :

À l'échelle macro :

- la localisation du projet par rapport aux pôles du SDER ;
- la localisation du projet par rapport à la hiérarchie urbaine de Van Hecke ;
- l'évolution démographique de la commune ;
- l'évolution du revenu médian par commune ;

À l'échelle *micro* :

- l'évolution de la population dans les quartiers statistiques voisins ;
- la proximité ou non d'un ou plusieurs noyaux commerçants ;
- l'affectation au plan de secteur ;
- l'accessibilité selon différents modes ;
- la densité de l'habitat aux alentours ;
- ...

Les principaux enseignements de cette analyse sont présentés ci-après en quatre grands volets :

- La **première partie** (point 2) explicite la méthodologie qui a été suivie pour parvenir aux résultats. Elle présente les principales données utilisées ainsi que les traitements qui leur ont été soumis, les choix méthodologiques qui ont été faits et les problèmes qui ont été rencontrés durant les phases préliminaires de ce travail ;
- La **deuxième partie** (point 3) offre une vue générale sur l'ensemble des demandes de permis socio-économiques à l'échelle régionale. Elle se concentre tout d'abord sur chacune des périodes analysées (2000-2004 et 2005-2008). Ensuite, elle souligne les conséquences de la nouvelle loi IKEA ;
- La **troisième partie** (point 4) correspond à l'analyse macrospatiale des permis socio-économiques. La base de données des permis est analysée à l'échelle des nouvelles et anciennes communes, ce qui permet de traiter du critère préconisé de respect de la hiérarchie urbaine ;
- La **quatrième partie** (point 5) traite de la partie microspatiale de cette analyse. Elle permet essentiellement de tester le critère de mixité/accessibilité par les modes alternatifs à la voiture en l'appliquant aux demandes de projets finement géocodées.

Enfin, nous présentons une note relative à ce qui pourrait encore être fait ou amélioré dans l'éventualité d'une poursuite de cette expertise.

2. MÉTHODOLOGIE DU TRAVAIL

2.1 DONNÉES SUR LES DEMANDES DE PERMIS SOCIO-ÉCONOMIQUES

Deux organismes ont été contactés pour l'acquisition de données : le Comité socio-économique national pour la distribution (CSEND) pour les données récentes (2004-2008) et son prédécesseur la Commission Nationale pour la Distribution – Service Distribution pour les données précédant la loi du 13 août 2004.

2.1.1 2000-2004

Le premier groupe de données est issu des rapports d'activité de la Commission Nationale pour la Distribution. Celles-ci reprennent l'ensemble des demandes de permis socio-économiques entre 2000 et 2004, avant la mise en œuvre de la nouvelle loi.

Ces rapports nous ont été fournis sous un format pdf. Nous avons donc dû passer par un logiciel de reconnaissance optique afin de pouvoir disposer des données exploitables en format Excel. Les rapports ne contenant pas les adresses postales des projets commerciaux concernés par les demandes de permis, ces dernières nous ont été fournies dans un fichier Excel distinct.

Les données correspondent à la série d'informations suivantes :

- Site d'implantation (localité) ;
- Nature de la demande : régularisation – nouvelle implantation – extension – déplacement – modification de l'assortiment ;
- Surface commerciale nette ;
- Emplois (avant et après le projet) ;

- Demandeur
- Catégories : supermarchés, hypermarchés, complexes commerciaux, implantations autonomes, garages et autres points de vente ;
- Numéro de dossier et avis ;
- Décision de la commune, recours éventuels, décision finale ;
- Investissements.

2.1.2 2005-2008

En ce qui concerne la période 2005-2008, un fichier Excel nous a été fourni par le Comité socio-économique national pour la Distribution. Ce fichier reprend les dossiers déposés de mars 2005 à la fin décembre 2008.

Le fichier se présente sous forme de trois tableaux reprenant chacun les informations énumérées ci-dessus, soit un tableau par type de procédure. Pour rappel, depuis la loi du 13 août 2004, il existe trois procédures distinctes :

Procédure 1 : Simple procédure d'information d'application lors d'un déménagement au sein de la commune ou lors d'une extension limitée de la surface de vente nette d'un commerce de détail disposant déjà d'une autorisation. Cette procédure s'applique dans trois cas de figure :

- les extensions limitées à 20 % de la surface de vente nette existante et autorisées avec un plafond maximum de 300 m² ;
- les relocalisations d'implantations existantes dans un rayon d'un kilomètre au sein de la commune en conservant la même surface de vente ;
- les relocalisations mentionnées au point b. accompagnées d'une extension limitée comme mentionnée sous a.

Procédure 2 : Pour les projets de 400 m² à 1000 m², il faut introduire une demande auprès de la commune qui prend une décision sans consulter le Comité Socio-Economique National pour la Distribution (CSEND). Le collège des Bourgmestres et Echevins notifie sa décision au demandeur et au CSEND dans les 50 jours suivant la délivrance de l'attestation de dépôt.

Procédure 3 : Pour les implantations de plus de 1000 m², le collège des Bourgmestre et Echevins statue sur avis consultatif du Comité Socio-Economique National pour la Distribution (CSEND), dans un délai de 70 jours. Les communes avoisinantes peuvent communiquer leurs observations aux CSEND.

Les informations qui y sont reprises sont les suivantes :

- Date du dépôt du dossier ;
- Année ;
- Demandeur ;
- Adresse postale (nom de rue et parfois numéro) ;
- Code postal ;
- Localité ;
- Province ;
- Enseigne(s) ;
- Assortiments : complexe commercial, hypermarché, supermarché, meubles, bricolage, jardinerie, recouvrement murs/sols, sanitaires et cuisines, garage et showroom , vêtements, chaussures et maroquinerie, parfumerie et droguerie, électroménager, articles de ménage et de décoration, aménagement de la maison, sports, jeux et loisirs, animaux domestiques et accessoires, magasin à rayon multiples, autres ;
- Nature de la demande : régularisation, nouvelle implantation, extension, relocalisation, réaffectation, modification de l'assortiment, ou une combinaison de plusieurs ;
- Surface existante, surface demandée, surface nette ;

- Emploi plein, emploi partiel ;
- Avis consultatif du CSEND, Décision de la commune, Recours éventuel, Décision du comité interministériel pour la Distribution (CID) suite au recours¹.

2.2 TRAITEMENTS DE DONNÉES

2.2.1 Géocodage des demandes de permis

Cette partie des traitements des données brutes représentait sans conteste la partie la plus importante du travail préliminaire aux analyses. Le géocodage d'adresses postales représente en effet bien souvent un travail conséquent, et il se trouve que celui-ci peut être infiniment complexifié et allongé lorsque les données initiales présentent certains manquements et/ou irrégularités.

Dans le cadre de cette analyse, la localisation des demandes de permis socio-économiques était nécessaire pour que nous puissions croiser les informations reprises dans les données brutes à d'autres variables spatialisées. Grâce à ce géocodage, et aux fonctionnalités d'ArcGIS (système d'information géographique), il a en effet été possible de lier notre base de données à des variables finement cartographiées telles que l'accessibilité par les alternatives à la voiture, l'affectation au plan de secteur, ou le nombre de logements dans des rayons de 400 et 700 mètres autour des projets.

Concrètement, la procédure de géocodage à partir des adresses postales a nécessité l'utilisation de plusieurs techniques complémentaires. En premier lieu, nous avons opté pour un géocodage automatique à la parcelle cadastrale afin d'essayer de localiser un maximum de demandes de permis en un minimum d'opérations et de temps. Il faut toutefois savoir que les méthodes automatiques de géocodage demandent une très grande régularité et homogénéité dans les données initiales d'adresses postales. Dans ce cas ci, malgré un travail d'harmonisation effectué sur les données brutes, un nombre important des demandes de permis comportaient encore des lacunes ou des problèmes provenant d'une orthographe des noms de rues non totalement similaire dans la base de données fournie et celle intégrée au portail cartographique de la Région. Au vu de ces difficultés, chacun des dossiers ayant pu être géocodé automatiquement a de toute manière fait l'objet d'une vérification par la suite.

En second lieu, les projets n'ayant pu être traités automatiquement ont fait l'objet d'un géocodage manuel individuel. Pour ce faire, nous avons utilisé plusieurs outils et sources de données : le portail de la Région Wallonne, les données du cadastre, Google Earth, ou encore même parfois les pages d'or et internet pour compléter ou corriger les bases de données brutes.

Les manques d'information ou les erreurs ont bien heureusement pu être gommées dans la majorité des cas, à la suite d'une série non négligeable de corrections. Ainsi, dans une grande proportion, les dossiers ont donc pu se voir attribuer des coordonnées XY Lambert.

Malgré tous ces efforts, il subsiste encore quelques erreurs mais il ne s'agit bien souvent que d'écarts de 50 à 200 mètres avec la localisation exacte. Pour éviter de prendre en compte les demandes de permis problématiques dans nos analyses à une échelle micro-spatiale, nous avons attribué un degré d'exactitude à chacun des dossiers. Ceci nous permet ensuite d'effectuer un tri parmi les demandes de permis lorsqu'une analyse demande un haut degré de précision.

¹ La loi du 29 juin 1975 n'offrait aucune possibilité de recours au demandeur qui se voyait refuser le permis socio-économique suite à un avis défavorable et motivé du Comité socio économique. La nouvelle loi a, quant à elle, créé un Comité interministériel pour la distribution (CID) qui traite des recours introduits contre les décisions, favorables ou défavorables, du Collège des Bourgmestre et Echevins.

2.2.2 Traitement des doublons

Avant de se lancer dans l'analyse et afin d'éviter une surestimation des surfaces projetées et acceptées au cours des neuf dernières années, un autre traitement de données était également nécessaire. Il s'agissait d'identifier, et de corriger si besoin était, les demandes de permis socio-économique concernant les mêmes projets commerciaux qui apparaissaient plusieurs fois dans les données initiales. Deux cas de figures peuvent expliquer cette éventualité. Dans le premier, ceci provient du fait qu'un commerce puisse subir une ou plusieurs extension(s). Il est alors normal de comptabiliser chacune des augmentations de surface demandées. Dans le deuxième cas, il arrive qu'une demande de permis concernant le même projet (et pour les mêmes motifs) réapparaisse d'une année à l'autre. Ceci parfois même après avoir obtenu précédemment un premier avis favorable, ce qui est fréquent pour les projets de grande envergure, qu'ils subissent ou non un refus ultérieur de permis au niveau d'un recours ou une annulation dans le cadre d'un arrêt du Conseil d'Etat. En conséquence, certaines demandes qui concernent des projets commerciaux sont comptabilisées plusieurs fois, alors qu'en réalité, il est évident que les décisions d'acceptation ou de refus concernent toujours la même surface de vente.

Il est intéressant de citer deux exemples présents dans la base de données, qui sont représentatifs d'une réalité souvent compliquée. Le premier exemple est le Cora de Messancy qui arrive en tête des dossiers à répétition. En effet, il a fait l'objet de 10 demandes de permis socio-économiques (9 dans la période 2000-2004, et 1 pour 2005-2008). Ces demandes concernaient principalement des extensions du complexe, mais aussi des modifications d'assortiment. Durant cette période, le Cora a reçu l'autorisation de passer d'une surface de vente d'un peu moins de 30 000 m² à une surface de plus de 40 000 m².

Un autre dossier, peut être un peu moins emblématique mais tout aussi étonnant, permet de souligner la ténacité des investisseurs. Ainsi, concernant le complexe commercial de Store Invest Development à Hannut, une demande d'implantation pour 8 990 m² est introduite en 2005. Elle fait l'objet d'une acceptation sous condition (diminuer la taille du projet) du collège des Bourgmestre et Echevins ainsi que du Comité interministériel pour la Distribution après qu'un recours ait été introduit par le demandeur. L'année suivante, la demande d'implantation est réitérée pour 5 612 m². Le promoteur n'obtient un permis que pour 3 400 m². L'année qui suit (2007), le dossier réapparaît pour une extension de 3 923 m², dont seulement 3 000 m² sont acceptés. Cependant, le demandeur ne s'arrête pas là. La même année, il réintroduit une demande pour une extension de 1 360 m². Sur l'ensemble des quatre ans, le projet de complexe de 8 990 m² initialement perçu comme trop important a quand même vu le jour, même s'il est un petit peu plus petit que le projet initial. Pour couronner le tout, le demandeur introduit une demande de modification de l'assortiment en 2008, mais celle-ci est refusée.

Au vu de ces deux exemples, l'identification des doublons était nécessaire pour que les résultats chiffrés soient représentatifs de la réalité. Pour la période allant de 2000 à 2004, nous avons identifié :

- 200 demandes qui portaient deux fois sur le même commerce/complexe ;
- 111 demandes qui portaient trois fois sur le même commerce/complexe ;
- 16 demandes qui portaient quatre fois sur le même commerce/complexe ;
- 20 demandes qui portaient cinq fois sur le même commerce/complexe ;
- 9 demandes qui portaient neuf fois sur le même commerce/complexe.

Sur 813 demandes entre 2000 et 2004, seules 457 correspondent donc à des implantations commerciales pour lesquelles un seul dossier de demande a été enregistré. Le même travail a ensuite été réalisé pour la période allant de 2005 à 2008, pour laquelle nous avons identifié :

- 166 demandes qui portaient deux fois sur le même commerce/complexe ;

- 51 demandes qui portaient trois fois sur le même commerce/complexe ;
- 24 demandes qui portaient quatre fois sur le même commerce/complexe ;
- 5 demandes qui portaient cinq fois sur le même commerce/complexe.

Sur 980 demandes entre 2005 et 2008, 734 concernent ainsi des implantations commerciales pour lesquelles un seul dossier de demande a été enregistré. Ces chiffres témoignent d'une différence importante entre les deux périodes. Entre 2005 et 2006, les demandes de permis socio-économiques concernent en réalité 846 sites d'implantation commerciale différents, alors qu'entre 2000 et 2004 ce chiffre tombait à 603.

2.2.3 Les assortiments retenus et le problème des complexes commerciaux

Les recommandations faites par la présente expertise en termes de monitoring et de critères d'évaluation pour les futures demandes de permis d'implantation nécessitent que l'on puisse faire la distinction entre biens de consommation courante, biens de consommation semi-courante peu pondéreux et biens de consommation semi-courante pondéreux. Cette classification n'étant pas présente dans les données initiales, nous avons dû la créer à partir des assortiments repris dans celles-ci.

Il est important de souligner qu'à notre classification, nous sommes contraints d'ajouter une quatrième classe – celle des complexes commerciaux - car les surfaces de vente associées aux demandes concernant cette catégorie ne peuvent pas être ventilées par type d'assortiment. Il est donc impossible de faire une distinction nette entre les retail parks orientés vers l'équipement de la maison, les shopping-centers où dominant un hypermarché et des magasins d'équipement de la personne, et les galeries commerciales vendant uniquement des biens de consommation semi-courante peu pondéreux.

2.2.4 Irrégularités dans les données et choix méthodologiques

D'autres corrections ont été apportées aux données initiales. Entre autres, les données de 2000 à 2004 présentaient des résultats étonnants au sujet des demandes concernant des modifications d'assortiment. Ces demandes ne devaient a priori pas, ou dans une faible proportion, comporter de modification de la taille des magasins. Cependant, un examen des données permet de constater que beaucoup de ces dossiers classés dans la rubrique modification d'assortiment sont renseignés avec une différence entre la surface demandée et la surface existante – celle-ci étant d'ailleurs bien souvent nulle-. Le solde des surfaces demandées et existantes est alors souvent positif comme pour les créations et extensions de nouveaux magasins.

Certaines demandes de permis reprises sous le motif d'extension de commerce sont également caractérisées par une surface existante nulle dans les données. Ceci est commun aux bases de données des deux périodes étudiées. En fait, il est très probable que certains dossiers d'extension concernent en réalité la création de nouveaux commerces ou l'extension et la régularisation de commerces qui ne disposaient jusqu'alors d'aucun permis socio-économique. Pour les complexes commerciaux, la confusion entre l'extension du complexe et la création d'un nouveau point de vente pourrait expliquer ce phénomène.

Nous avons également fait le choix de ne pas prendre en compte les demandes de permis socio-économiques concernant les garages de cette étude. Ceci s'explique par la nature particulière de ces implantations. Cela représente 27 demandes entre 2000 et 2008.

3. PRÉSENTATION DES CHIFFRES GLOBAUX AU NIVEAU RÉGIONAL

Il est nécessaire de faire remarquer que les dossiers reçus et les surfaces soumises ne constituent qu'une indication sur la création réelle de commerces sur le territoire. Une fois le permis socio-économique obtenu, l'avenir d'un projet reste soumis à de multiples aléas : recours supplémentaires éventuels, non obtention des autres permissions nécessaires au développement (en particulier du permis d'urbanisme), ou tout simplement abandon ou report du projet par les investisseurs. De plus, un nombre considérable de nouvelles implantations commerciales sont caractérisées par une surface de vente inférieure à 400 m², et ne requièrent donc plus d'obtention de permis socio-économique depuis 2005.

Cette analyse ne reflète donc que partiellement l'augmentation des surfaces commerciales sur le territoire wallon. Néanmoins, elle est d'un grand intérêt car elle va permettre, d'une part, d'analyser les conditions dans lesquelles les permis sont acceptés ou refusés et, d'autre part, de tester les critères micro- et macro-spatiaux proposés dans cette expertise.

De manière générale, il est difficile d'estimer l'importance de l'accroissement de la surface commerciale en Wallonie sans point de comparaison. Dans les cahiers d'urbanisme n° 70², il est mentionné la relative importance des surfaces demandées en Wallonie en comparaison avec la Flandre et Bruxelles. Or la Wallonie semble déjà suréquipée par rapport aux deux autres régions puisqu'elle dispose d'un équipement commercial supérieur de 50 % en termes de nombre d'enseignes et de 38 % en termes de surface de vente par habitant par rapport à Bruxelles (de 4 % et 16 % par rapport à la Flandre).

3.1 DEMANDES DE PERMIS ÉMISES DE 2000 À 2004

De 2000 à 2004, sans compter les demandes concernant les garages (25 au total), 813 demandes de permis socio-économiques ont été déposées en Région wallonne. En termes de surface nette demandée³, cela représente 1 212 554 m². Parmi celles-ci, seules 499 (61,4% des demandes) soit 603 150 m² (49,7% de la surface nette demandées) ont fait l'objet d'une décision finale favorable.

Ramenée au nombre d'habitants en Wallonie au 1er janvier 2002, cela nous donne une moyenne 179,6 m² de surface commerciale acceptée par 1 000 habitants. 35,9 m² par 1 000 habitants et par année ont donc fait l'objet d'une décision favorable.

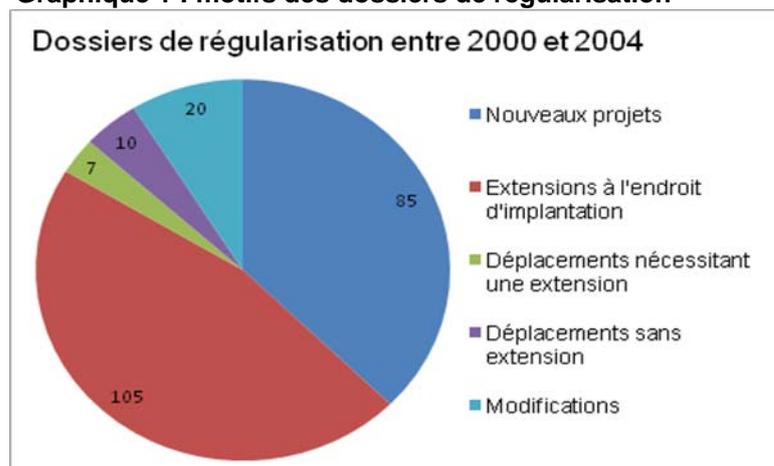
Les chiffres globaux ci-dessus peuvent être décomposés et analysés par type de demande (régularisations, nouveaux projets, extensions, déplacements, modifications), ou par type d'assortiment.

Tout d'abord, 227 des 813 demandes entre 2000 et 2004 (soit 27,9%) concernaient des **régularisations**. Ces dossiers représentent des projets commerciaux se trouvant en irrégularité de permis. Ces régularisations concernent 85 nouveaux projets, 105 extensions à l'endroit d'implantation, 10 déplacements sans extension, 7 déplacements avec extension, et 20 modifications d'assortiment.

Sur l'ensemble des demandes de régularisation, 161 dossiers totalisant une surface nette de 154 673 m² sont acceptés, soit 25,6% de la surface totale acceptée durant ces 5 années. 66 dossiers font donc l'objet d'une décision défavorable. Une observation de ces dossiers montre en fait qu'en cas de décision défavorable, la majorité des demandes sont réitérées ultérieurement.

² Honoré, F. (2008), Incidence de la loi socio-économique sur l'aménagement du territoire, in Cahiers de l'Urbanisme, N°70, Décembre 2008

³ Surface nette demandée = Surface Demandée – Surface existante

Graphique 1 : motifs des dossiers de régularisation

Sources : Commission Nationale pour la Distribution, 2000-2004

Bien que les régularisations portent généralement sur des projets existants ou en voie de réalisation, il n'en demeure pas moins que les décisions favorables ou défavorables aboutissent aux mêmes résultats que dans les dossiers classiques. C'est pourquoi ils doivent être comptabilisés dans les calculs au même titre que les autres. Les résultats ci-dessous présentent donc les chiffres analysés par type de projet, en y incluant les régularisations concernées.

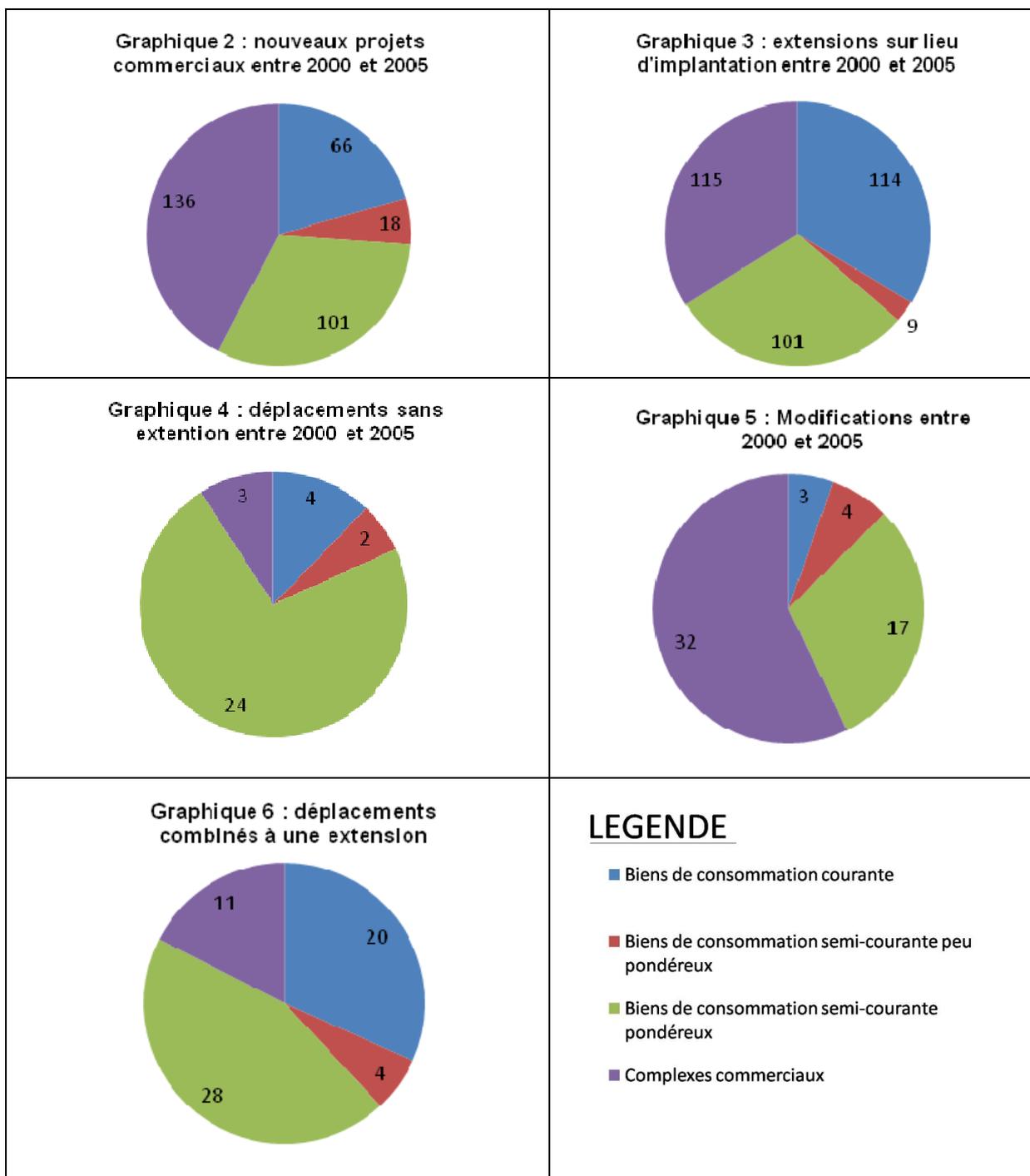
De 2000 à 2004, on décompte 316 demandes de **nouvelles implantations** qui représentent 293 478 m² acceptés, soit 48,7% du total sur l'ensemble des cinq ans. Parmi les projets de nouvelles implantations, un peu moins de la moitié (144) sont refusés alors qu'ils concernaient ensemble la création de 346 212 m² supplémentaires.

Il faut néanmoins rester prudent lorsque l'on a affaire aux demandes de permis refusées. Il est intéressant, même si c'est un exercice difficile, de s'intéresser aux réapparitions de certains projets commerciaux d'une année à l'autre. L'identification des dossiers à répétitions, déjà commentée au point 2.2.2, permet en effet d'apporter de la nuance à ces chiffres. En réalité, seuls 79 des 144 demandes de nouvelles implantations refusées, soit seulement 168 444 m² de surface projetée, n'ont pas été réintroduites a posteriori. Le chiffre de 346 212 m² n'est pas pour autant erroné. Il doit être compris comme la somme de décisions défavorables à l'installation de nouveaux commerces prises à des moments distincts. En revanche, sur l'ensemble de la période d'analyse une partie non négligeable des projets comptabilisés dans ces refus seront acceptés.

Les **extensions** constituent un autre type de demande qui regroupe une part importante de l'ensemble des dossiers. Elles constituent 402 demandes (soit 49,4% des dossiers) et une surface de 195 655 m² acceptés, soit 32,4% des surfaces acceptées. Ce chiffre reprend également les extensions liées à des déplacements. Les **déplacements** sans extension correspondent quant à eux 31 demandes qui totalisent 18 969 m² acceptés. Finalement, 56 demandes (soit 6,9% des dossiers) concernaient des **modifications** de l'assortiment. 92 908 m² (soit 15,4 %) obtiennent ainsi l'autorisation de passer d'une nature commerciale à une autre. Bien que cette procédure ne doive pas signifier une augmentation physique de l'espace octroyé au commerce sur le territoire, il en résulte néanmoins souvent que cette modification signifie la création de nouveaux commerces.

L'exemple le plus frappant est sans doute les Galeries Saint-Lambert à Liège qui n'ont nécessité l'octroi que d'un permis pour modification de l'assortiment. La place occupée par le complexe sur le territoire reste le même en termes de surface au sol, mais un nouveau pôle commercial a bien été créé.

Les cinq graphiques suivants permettent d’observer quels commerces, classés dans les 4 classes d’assortiment, composent les différents types de demandes de permis socio-économiques.



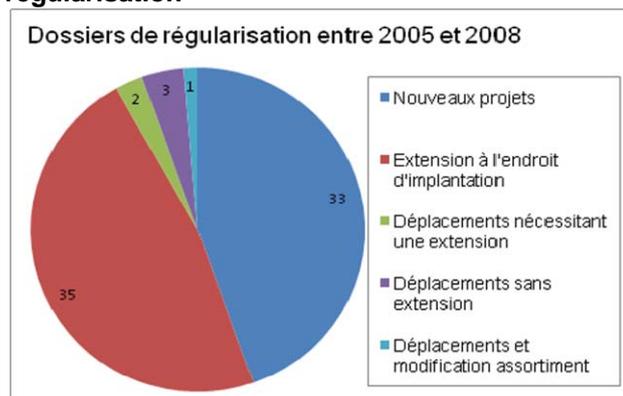
Sources : Commission Nationale pour la Distribution, 2000-2004

3.2 DEMANDES DE PERMIS ÉMISES DE 2005 À 2008

De 2005 à 2008, l'apparition de la nouvelle loi transparait clairement dans les chiffres, puisque 980 dossiers de demande sont enregistrés soit en moyenne 82 dossiers de plus par an par rapport à la période précédente. La surface nette demandée augmente de manière importante puisqu'elle représente 1 445 197 m², soit 19 % de plus alors que la période étudiée est plus courte d'un an. Mais le changement le plus flagrant réside dans la proportion des projets qui font l'objet d'une décision favorable. En effet, 1 209 013 m² supplémentaires (soit 83,7 % de la surface nette demandée) sont acceptés, ceci même en tenant en compte des recours. Si on ne s'en tenait qu'aux décisions des collèges des Bourgmestres et Echevins, 90 % de la surface initialement demandée aurait été acceptée. En réalité les 6,3 % de différence, dus aux recours aboutissant à une décision défavorable, proviennent majoritairement de deux projets : un complexe commercial à Soumagne (20 580 m²) et le projet d'Ortis Invest à Trazegnies dans l'entité de Courcelles (70 000 m²).

Après l'arrivée de la nouvelle loi, il semble également que le nombre de demandes de **régularisation** ait diminué rapidement. Seulement 74 demandes de régularisation ressortent des données. Soit un passage d'une moyenne de presque 47 dossiers par an entre. De plus, on peut observer que seulement 12 et 13 dossiers de régularisation sont acceptés durant années 2007 et 2008. Cette tendance réside certainement en grande partie dans la simplification et l'accélération des procédures, mêlées au taux élevé d'avis favorables.

Graphique 7 : Motifs des dossiers de régularisation



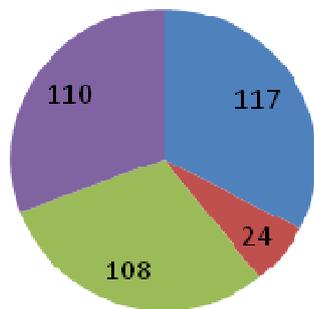
Source : CSEND, 2005-2008

Les graphiques suivants décomposent, comme cela a été fait précédemment pour la période 2000-2004, les motifs de demande par type d'assortiment. Un petit nombre (12 au total) de dossiers ne font pas repris dans les graphiques ci-dessous. Il s'agit de demandes assez particulières :

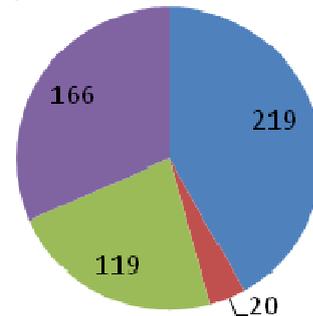
- 4 dossiers dont le motif est inconnu ;
- 3 dossiers concernant une extension combinée à une réaffectation ;
- 1 dossier concernant un déplacement combiné à une réaffectation ;
- 1 dossier concernant une réaffectation combinée à une modification de l'assortiment ;
- 2 dossiers concernant un déplacement, extension et modification d'assortiment ;
- 1 dossier concernant une régularisation portant sur un déplacement mêlé d'une modification d'assortiment.

Un autre choix méthodologique fût d'intégrer 18 dossiers d'extension combinée à une modification d'assortiment aux résultats des simples extensions au site d'implantation. Une observation de ces demandes montre en effet qu'il s'agissait là majoritairement d'une augmentation de surface de vente au sein de complexes commerciaux, et donc que ces demandes étaient également renseignées comme modification car elles modifiaient le mix de commerces du complexe.

Graphique 8 : nouveaux projets commerciaux entre 2005 et 2008



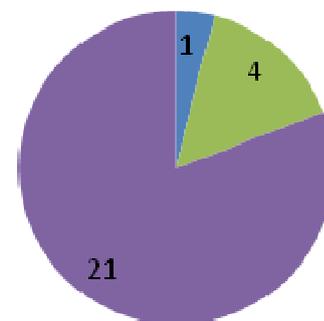
Graphique 9 : extension sur lieu d'implantation entre 2005 et 2008



Graphique 10 : déplacement entre 2005 et 2008



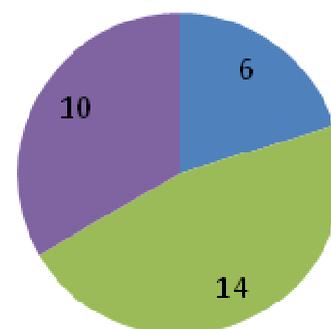
Graphique 11 : Modification entre 2005 et 2008



Graphique 12 : réaffectation entre 2005 et 2008



Graphique 13 : déplacement et extension entre 2005 et 2008



■ Biens de consommation courante

■ Biens de consommation semi-courante pondéreux

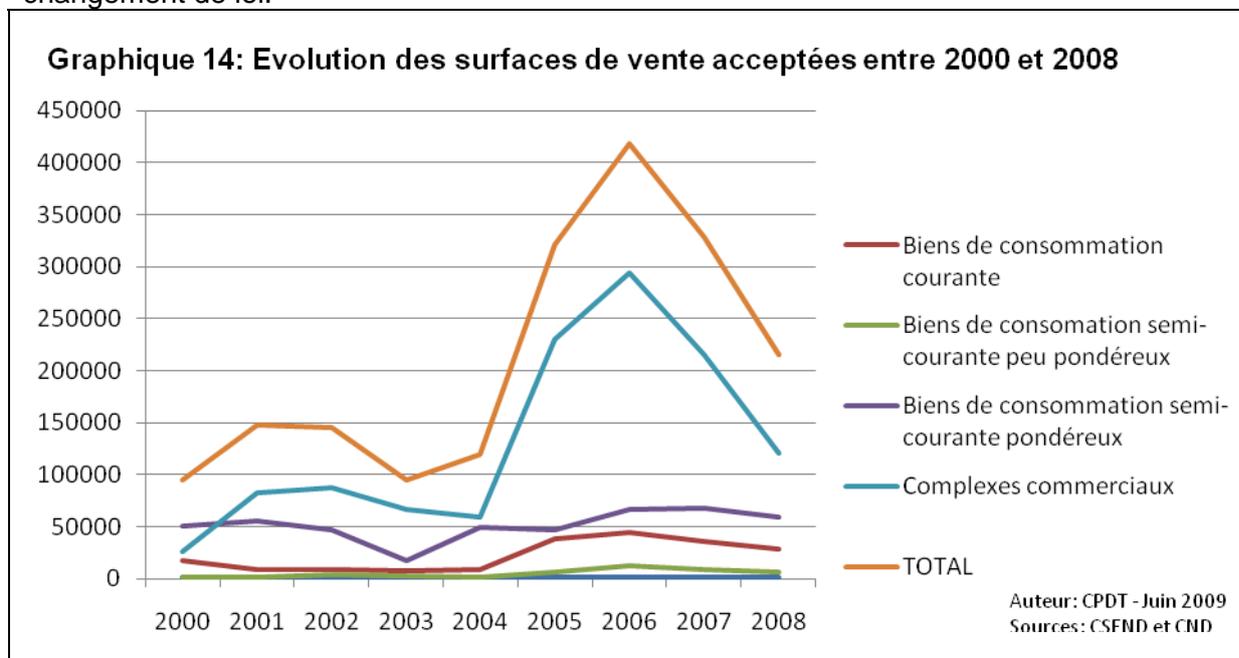
■ Biens de consommation semi-courante peu pondéreux

■ Complexes commerciaux

Source : CSEND, 2005-2008

3.3 ETUDE SUR L'ÉVOLUTION AU COURS DE LA PÉRIODE 2000-2008 ET EFFET DE LA "LOI IKEA"

Un graphique montrant l'évolution des surfaces de ventes acceptées ces neuf dernières années reste la manière la plus parlante pour souligner le bouleversement entraîné par le changement de loi.



L'apparition de la nouvelle loi en 2005 a bel et bien eu un impact significatif sur le nombre de projets commerciaux et sur les surfaces de vente acceptées sur le territoire wallon. Durant les 5 années étudiées qui précèdent la loi IKEA, on accepte en moyenne 120 630 m² supplémentaires par an. Après 2005, en moins de quatre ans, des permis socio-économiques sont délivrés pour un total de 1 207 682 m², soit plus de 301 920 m² par an. Le graphique 14 montre à quel point les années 2005, 2006 et 2007 ont été marquées par cette augmentation. Les surfaces demandées acceptées ont plus que doublé par rapport aux années précédentes. Ce graphique permet aussi de constater très clairement la véritable explosion des surfaces allouées aux complexes commerciaux après 2005. C'est d'ailleurs cette très nette progression qui donne son allure à la courbe de la surface de vente totale acceptée.

L'année 2008 semble avoir amené les promoteurs et les autorités à être plus raisonnables quant au nombre de m² moyen proposés et acceptés. Ceci est sans aucun doute plus le reflet du début de la crise financière, énergétique et économique que d'une évolution vers une logique plus rationnelle de l'offre, tenant compte d'objectifs liés au développement durable du territoire.

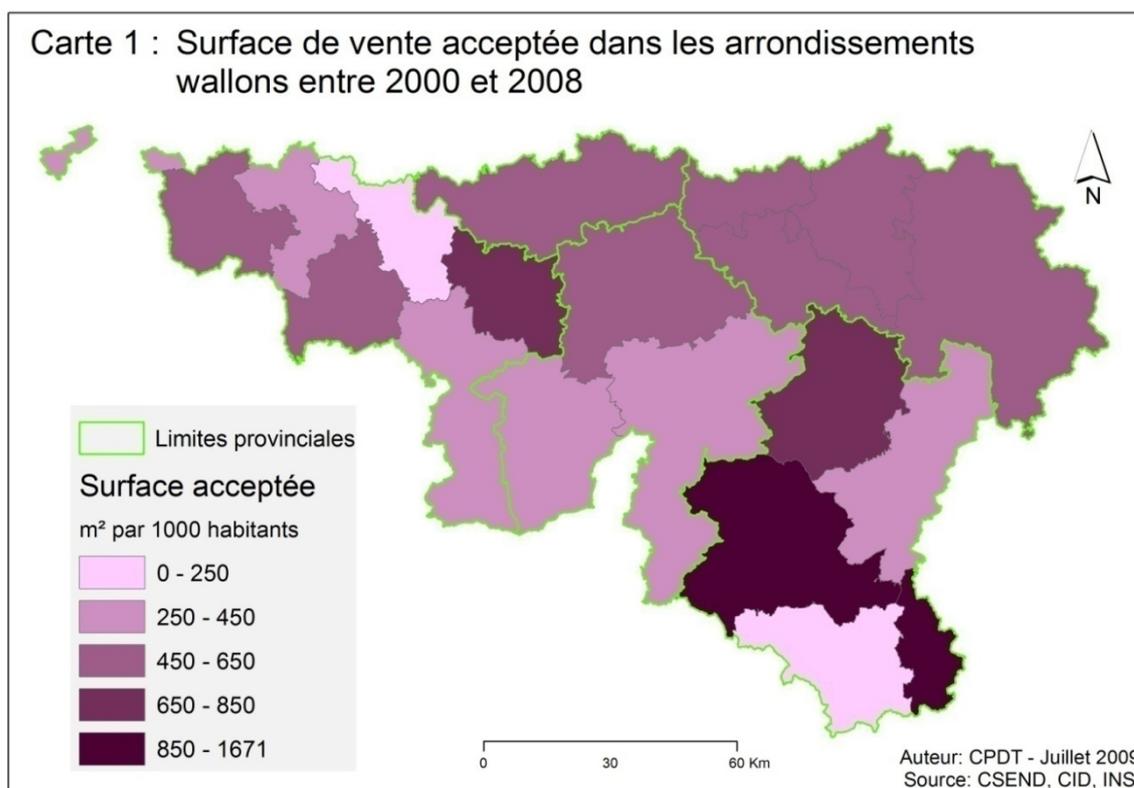
La surface acceptée ces neuf dernières années peut être rapportée au nombre d'habitants en Wallonie. On obtient alors une moyenne de 524 m² acceptés par 1 000 habitants sur l'ensemble de la RW. C'est un chiffre assez étonnant au vu du faible taux de croissance démographique enregistré en Wallonie ces dernières années. La population n'a en effet augmenté que de 117 259 habitants entre 2000 et 2008, soit une croissance annuelle de 0,39 % de la population. On peut dès lors affirmer ici que l'augmentation de l'offre globale ne s'explique que très partiellement par une augmentation de la demande.

Avant de passer aux analyses menées à des échelles plus fines dans les points suivants, nous allons d'abord présenter la répartition de la surface de vente acceptée à l'échelle des arrondissements via un tableau et une carte. Celle-ci représente la relation entre la surface de vente acceptée et le nombre d'habitants dans les arrondissements de Wallonie.

Tableau 1 : Surface de vente acceptée par arrondissement durant les deux périodes étudiées

ARRONDISSEMENTS	Population 1/01/08	Croissance démographique 2000-08		Surface de vente acceptée			
		Absolute	Relative	2000-04	2005-08	TOTALE	par 1000 habitants
ARLON	56392	4490	8,7%	76812	17470	94282	1672
NEUFCHATEAU	58726	3128	5,6%	14507	41543	56050	954
MARCHE-EN-FAM.	53593	3234	6,4%	12722	24557	37279	696
CHARLEROI	423204	2145	0,5%	48186	237570	285756	675
TOURNAI	142931	2381	1,7%	14199	77809	92008	644
NAMUR	296494	13767	4,9%	48221	118097	166318	561
MONS	250431	1097	0,4%	63598	73767	137365	549
VERVIERS	276569	11023	4,2%	51182	99627	150809	545
WAREMME	73905	5707	8,4%	12367	25673	38040	515
HUY	105770	5750	5,7%	12287	41577	53864	509
NIVELLES	373492	23608	6,7%	52866	127893	180759	484
LIEGE	597478	11800	2,0%	106131	180152	286283	479
PHILIPPEVILLE	64167	2674	4,3%	10002	18514	28516	444
MOUSCRON	71411	1355	1,9%	16335	15024	31359	439
BASTOGNE	44012	3438	8,5%	7349	11697	19046	433
DINANT	104719	5036	5,1%	10302	27426	37728	360
THUIN	148178	2092	1,4%	14517	31993	46510	314
ATH	82725	3640	4,6%	7548	14652	22200	268
SOIGNIES	181217	7920	4,6%	21623	22804	44427	245
VIRTON	51361	2974	6,1%	2396	6455	8851	172

Sources : INS, CSEND, Commission Nationale pour la Distribution



Comme le montre assez clairement le tableau 1, il existe des variations significatives entre les différents arrondissements wallons. Arlon est, entre tous, celui ayant connu la plus grande surface de vente acceptée par 1 000 habitants ces neuf dernières années. Ceci est très certainement explicable par la combinaison de sa forte croissance démographique et de son attractivité auprès des investisseurs et chaînes commerciales due à la proximité du Grand - Duché du Luxembourg. Cependant, cette explosion des demandes accordées est-elle réellement justifiée ? Elle se passe dans un contexte de forte densité commerciale dans toute la région tant côté belge que côté français et luxembourgeois. Comme l'a montré le benchmarking, l'inflation des complexes commerciaux dans cette région touche les trois pays ce qui entraîne la nécessité d'une coopération/concertation dans ce domaine. C'est également un cas particulier du fait que la somme des surfaces acceptées ait été largement moins importante après l'arrivée de la nouvelle loi en 2005. Ceci souligne encore plus que cette zone frontière représente belle et bien un cas à part en Wallonie.

En Province du Luxembourg, l'arrondissement d'Arlon n'est pas le seul à présenter des valeurs élevées. En réalité, trois des cinq arrondissements de la Province (Arlon, Neufchâteau et Marche-en-Famenne) sont en tête du classement en termes de surface acceptée par habitant. L'importance des disponibilités foncières permet sans doute d'expliquer en grande partie ces résultats.

Bien que cela puisse paraître étonnant, il n'existe pas de corrélation claire entre la croissance démographique enregistrée dans les arrondissements et la surface acceptée dans ceux-ci (coefficient de corrélation $r = 0,466$). Néanmoins, une observation attentive du tableau permet de repérer deux arrondissements qui sont en partie responsables de cette faible relation. L'un des deux est l'arrondissement de Charleroi, et il sort clairement de la norme. En effet, malgré une augmentation infime de sa population de 2000 à 2008 (2 145 nouveaux habitants soit moins de 0,06 % de croissance annuelle), 285 756 m² de surface commerciale supplémentaire y ont été acceptés. L'autre est l'arrondissement de Mons. Ce dernier est également en situation de très faible croissance démographique (1 097 nouveaux habitants soit un peu plus de 0,04 % de croissance annuelle), mais on y enregistre malgré tout une acceptation de 137 365 m² de surface commerciale supplémentaire.

Rappelons que le commerce est une fonction induite et supportée par la demande. Dans un contexte wallon qui semblait déjà indiquer une offre commerciale abondante dans le début des années 2000 – certains parleraient même de suroffre si l'on considère les régions voisines – les surfaces commerciales acceptées ont continué à augmenter à un rythme élevé. S'il est vrai qu'un nouveau commerce peut parfois être synonyme de création d'emploi à l'échelle locale, à l'échelle d'une région ne connaissant qu'une faible croissance démographique, les créations de surfaces commerciales entrent en compétition avec le commerce existant. Ce qui est créé quelque part induit dès lors une disparition ailleurs. Le problème actuel de la nouvelle loi sur le permis économique est qu'il n'y a pas convergence entre l'échelle spatiale à laquelle se réalise cet équilibre entre gain et perte d'emploi et le niveau de pouvoir en charge de la décision de l'octroi ou non du permis.

Les conditions dans lesquelles les projets commerciaux sont acceptés ou refusés peuvent varier considérablement. Il est très fréquent que les avis soient favorables par défaut ou parce que les décisions n'ont pas eu lieu dans les délais requis. Il arrive aussi assez souvent que les Collèges des Bourgmestre et Echevins des communes prennent des décisions allant à l'encontre de l'avis du CSEND. En réalité, depuis le début 2005 jusqu'à fin 2008, 46 dossiers de demande de permis avaient fait l'objet d'une décision favorable par le CBE malgré qu'ils aient reçu un avis consultatif défavorable du CSEND. Ces dossiers représentent tout de même une part importante des surfaces de vente acceptées puisqu'ils totalisant 277 199 m², soit 21,6 % de la surface totale acceptée durant les 4 années. Les données ne permettent malheureusement pas de connaître les circonstances exactes de ces avis divergents, et il serait donc impossible de donner un avis sur l'une ou l'autre décision sans ces précisions. Néanmoins ces chiffres semblent souligner une fois de plus que **l'intérêt des communes diverge bien souvent de l'intérêt général, c'est-à-dire celui de la Région.**

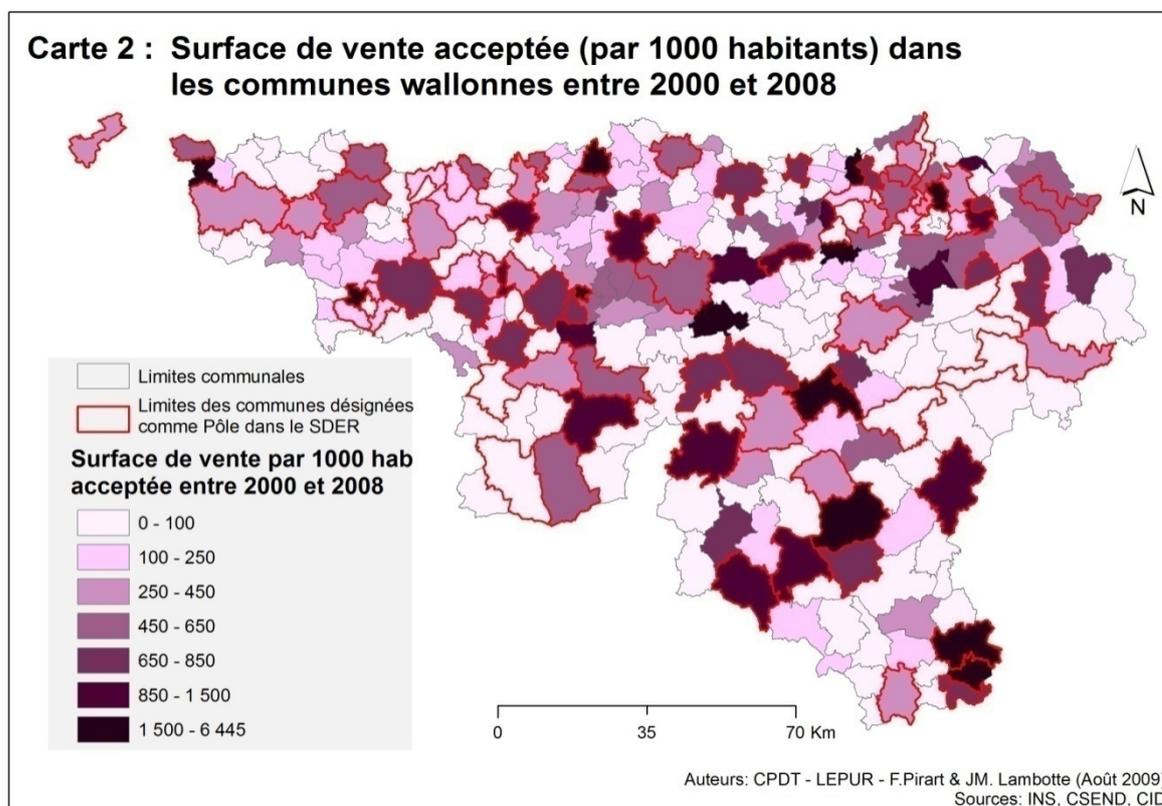
4. ETUDE MACROSPATIALE

Cette partie de l'analyse va se concentrer essentiellement sur l'étude des demandes de permis socio-économique à l'échelle communale. Elle débutera tout d'abord par une présentation cartographique permettant d'observer la répartition territoriale des demandes de permis socio-économique en RW. Une deuxième partie se concentrera sur les relations pouvant exister entre la position des communes dans la hiérarchie urbaine de Van Hecke et dans le SDER, d'une part, et les nouvelles surfaces acceptées ces neuf dernières années, d'autre part. Finalement, la relation entre l'évolution démographique enregistrée dans les communes wallonnes sera mise en relation avec les nouveaux projets commerciaux.

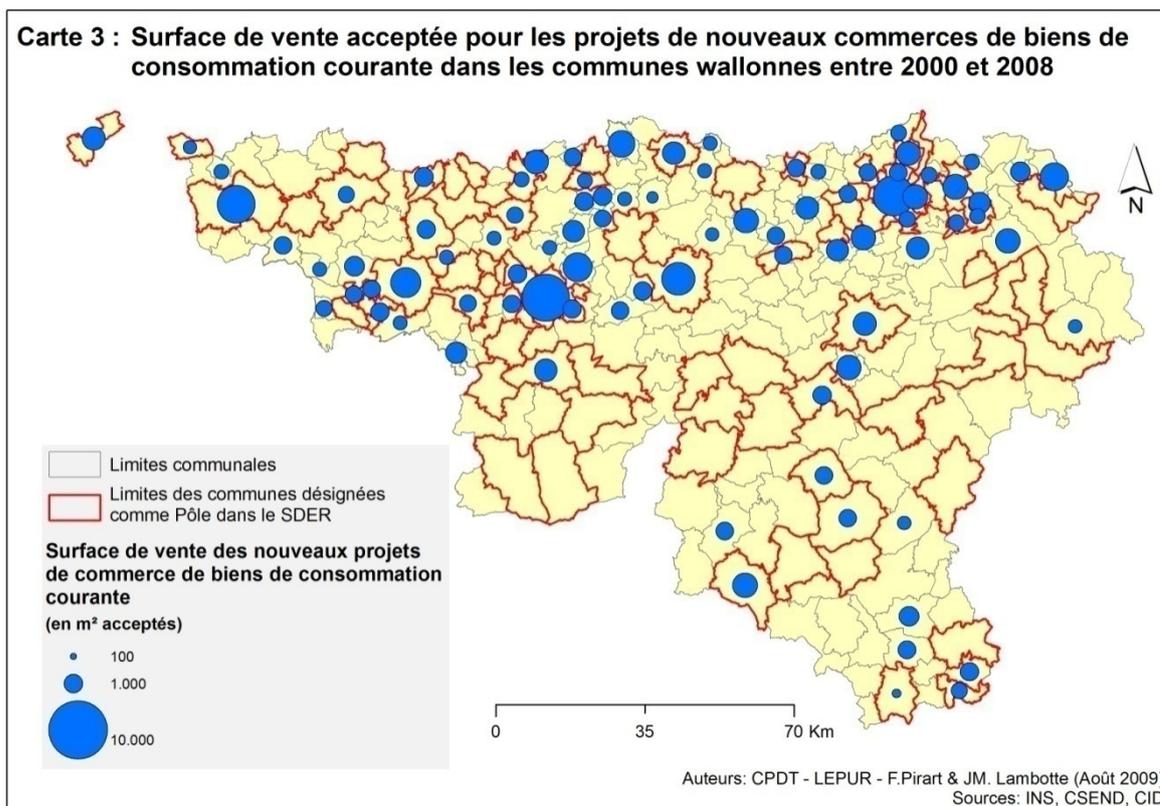
La présente expertise nous a conduits à proposer l'introduction du respect de la hiérarchie urbaine comme critère macro-spatial à prendre en compte lors de l'implantation des nouveaux commerces d'une certaine taille. Cette partie de l'analyse permettra notamment de faire ressortir certains résultats qui pourraient par la suite être utiles à l'affinage de ce critère.

4.1 RÉPARTITION DES DEMANDES DE PERMIS SOCIO-ÉCONOMIQUES EN RW

La première carte présentée ci-dessous présente la distribution des surfaces de vente ayant été acceptées dans les communes wallonnes de 2000 à 2008. Cette carte permet de souligner, plus encore que la carte 1, les grandes disparités qui existent en RW. De plus, l'échelle de la commune est d'autant plus intéressante que les décisions clés portant sur les demandes de permis socio-économiques sont maintenant prises par le CBE.



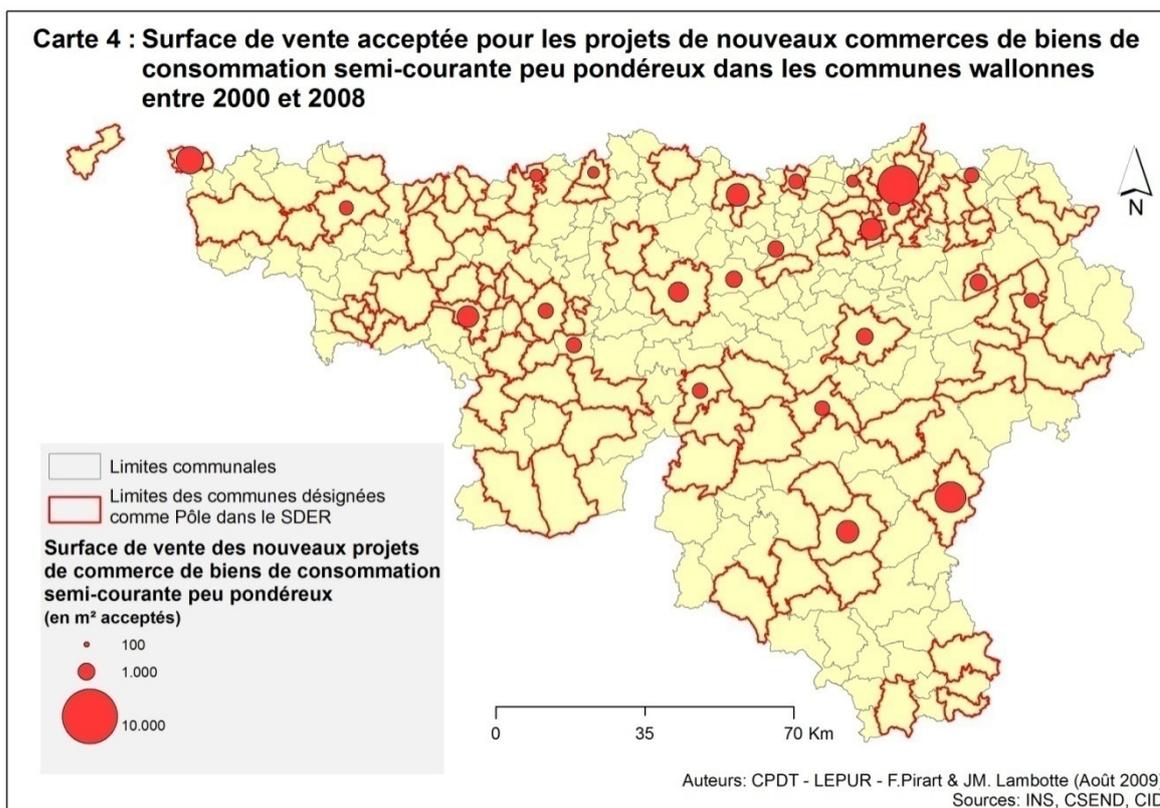
Les quatre cartes suivantes présentent, quant à elles, les surfaces de vente des projets de création de nouveaux commerces qui ont fait l'objet d'une décision favorable ces neuf dernières années. Chacune d'elle se réfère à un certain type d'assortiment.



La carte 3 se rapporte aux demandes de permis relatives à l'implantation de nouveaux commerces de biens de consommation courante. On notera notamment qu'une certaine dispersion existe au nord du Sillon Sambre-et-Meuse. Ceci traduit le fait qu'un nombre relativement important de communes a reçu (et accepté) au minimum une demande d'implantation de commerce alimentaire. Par contre, le nombre de communes concernées est relativement réduit au sud du sillon. Cela pourrait être expliqué par l'existence du seuil de 400 m² au niveau du permis socio-économique, qui dissimule un grand nombre d'ouvertures de supérettes dans les communes rurales d'Ardenne et du Condroz ces dernières années. Dans les communes de moins de 5 000 habitants, fréquentes au sud du sillon, il arrive souvent qu'à côté de l'un ou l'autre projet de supérette acceptée aucune grande surface alimentaire n'ait été autorisée durant la période étudiée.

Cette carte souligne également qu'il n'y a plus eu de demande d'implantation d'hypermarché ces dernières années. Ceci confirme une formule sans doute en déclin mais aussi et surtout l'impossibilité de trouver sur le territoire une aire de marché correspondant aux besoins d'un hypermarché vu la saturation commerciale du territoire wallon. De plus les pôles du SDER, en particulier les villes principales du sillon ne ressortent guère du lot, en comparaison à leur poids démographique et, plus encore au niveau de l'emploi au lieu de travail.

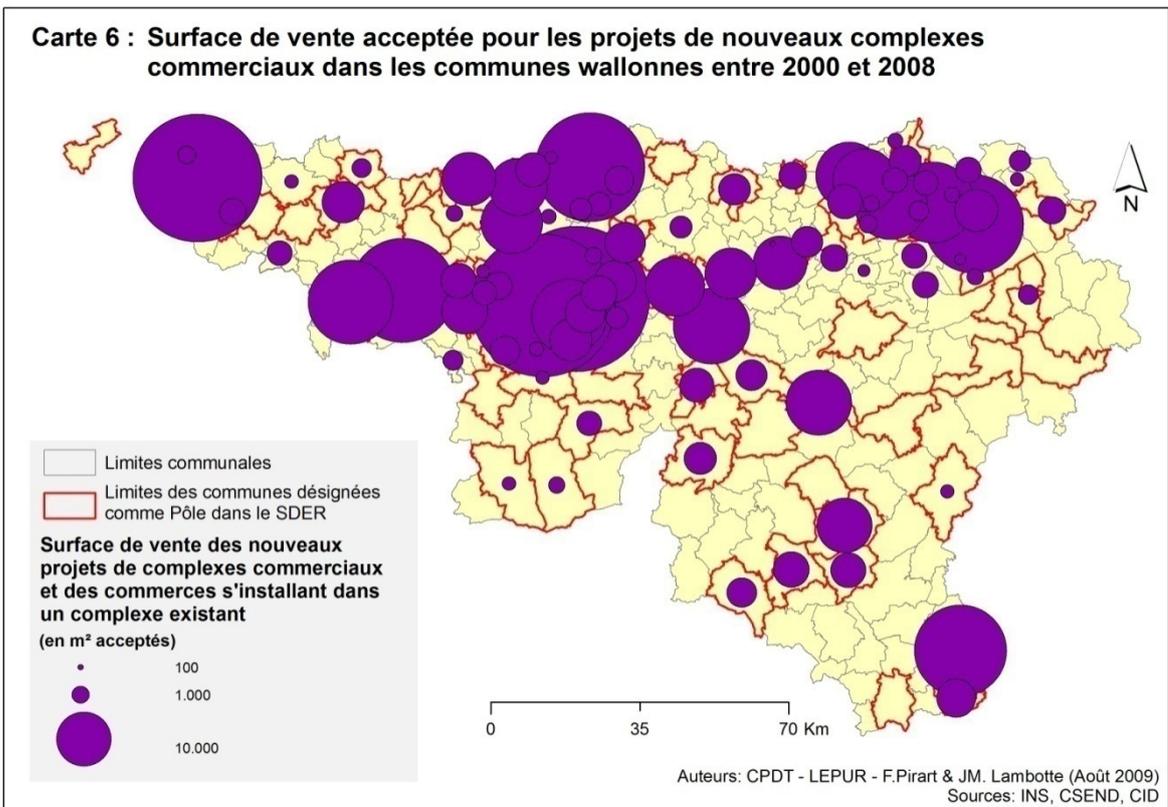
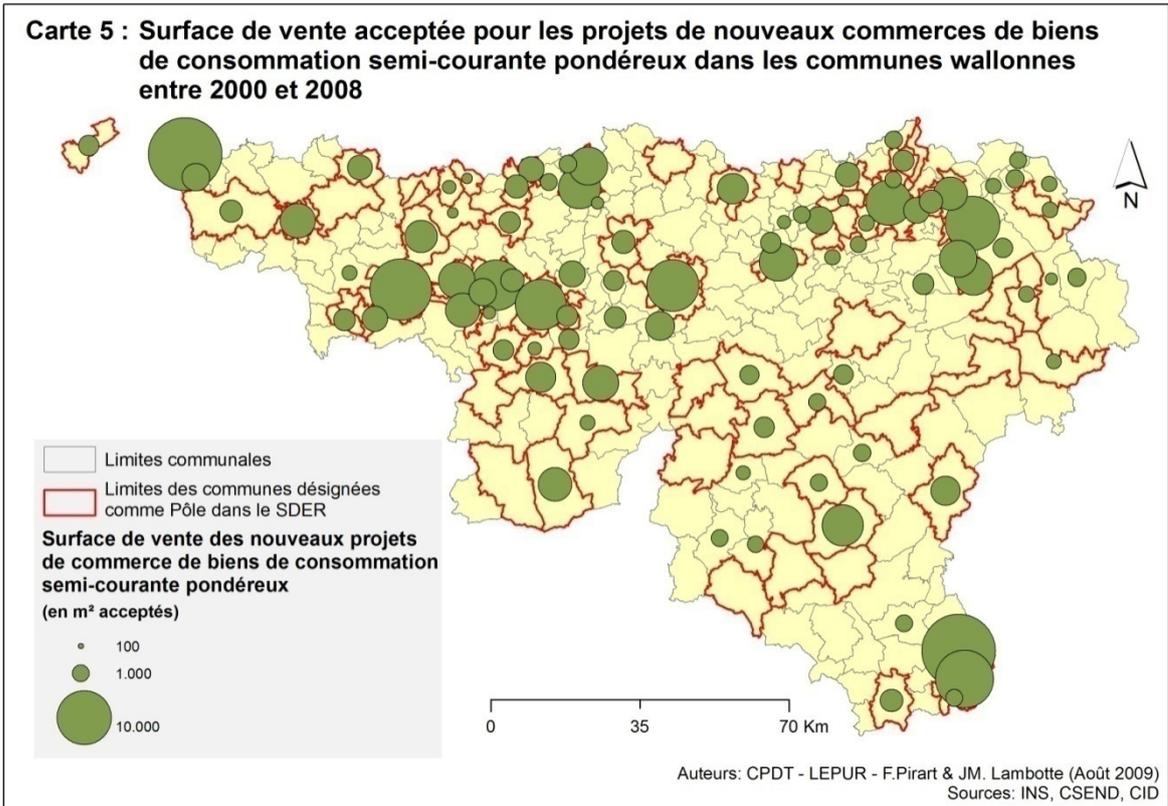
La carte 4 traite des demandes relatives à l'implantation de commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux. On peut dès à présent souligner que les demandes de permis à ce sujet sont apparues en nombre très limité ces dernières années. Ceci provient du fait que ce type de commerce s'inscrit en fait majoritairement dans des complexes commerciaux. Il est dès lors normal que la carte 4 ne fasse apparaître qu'un nombre assez limité de communes concernées par des créations de commerces de biens semi-courants peu pondéreux isolés.



Autre enseignement tiré de cette carte, on remarque que les nouvelles implantations se concentrent majoritairement dans les pôles du SDER. En effet, seules 5 communes n'étant pas reprises comme pôle sont concernées par l'acceptation de nouveaux projets de commerces de biens semi-courants peu pondéreux. Parmi celles-ci, Andenne, Wanze et Aubel, communes qui remplissent sans doute un rôle de polarisateur dépassant légèrement le cadre communal pour diverses fonctions. Il ne reste donc que les communes d'Awans et Gerpennes dont on peut réellement considérer que les projets d'implantation sont venus s'inscrire en dehors de toute polarité multifonctionnelle. D'ailleurs les deux projets acceptés, localisés dans ces communes, ressortent dans l'analyse microspatiale comme des projets éloignés des logements et entièrement dépendants à la voiture (voire point 5).

La carte 5 se rapporte aux demandes de permis relatives à l'implantation de nouveaux commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux. Elle fait ressortir, d'une part, une certaine concentration des demandes dans des villes importantes comme Namur, Mons, Verviers, Charleroi, Arlon et Liège ainsi que dans les communes bordant celles-ci et, d'autre part, on remarque l'influence très nette de la proximité des frontières régionales. Ainsi, le nombre de mètres carrés de surface de vente acceptés à Mouscron, Messancy et Arlon dépasse très nettement la moyenne. Par exemple, Arlon a accepté l'implantation d'un IKEA en 2004 et le projet de magasins de meubles Eurogros de 10 000 m² a été accepté à Mouscron en 2001.

Finalement, on notera que ce type de commerce se localise également souvent en dehors des pôles du SDER. En réalité, la grande diversité aussi bien au sein des enseignes et des produits pour les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux fait qu'il est très difficile de catégoriser les choix de localisation de ceux-ci.



La carte 6 montre à quel point les demandes de permis liées à la création de nouveaux complexes commerciaux représentent des surfaces de vente très importantes de manière absolue et par rapport aux autres types de commerces. En réalité celle-ci permet surtout de mettre en évidence les projets qui sortent réellement de l'ordinaire : Cora à Estaimpuis (55 400 m²), Padem à Wavre (29 438 m²), ForumInvest (25 681 m²) et Outlet à Verviers, le complexe de PROPERTY & ADVICE à Soumagne (20 580 m²), le complexe de Soors à Boussu (21 440 m²), ForumInvest à Charleroi (48 155 m²), La Citadelle à Farciennes (70 000 m² !), les Grands Prés à Mons (22 018 m²), l'Hydrion à Arlon (26 500 m²), le projet de Bouygues immobilier à Assesse (19 340 m²). Néanmoins, malgré l'existence d'un permis octroyé à un stade de la procédure, plusieurs de ces projets ne sont toujours pas concrétisés. En réalité, l'ampleur de ces projets font qu'ils sont presque toujours soumis à une série de recours et d'attaques qui reportent l'obtention du permis, ou même qui aboutissent à l'annulation de l'autorisation accordée par le collège des Bourgmestre et Echevins. De plus, même lorsqu'il n'y a plus aucun obstacle administratif à la réalisation du projet, il faut encore que celui-ci attire les investisseurs et enseignes susceptibles d'apporter le financement nécessaire à sa réalisation.

4.2 INSCRIPTION DES DEMANDES DE PERMIS SOCIO-ÉCONOMIQUES DANS LA HIÉRARCHIE URBAINE DE VAN HECKE ET DANS LES PÔLES DU SDER

Pour rappel, cette expertise préconise qu'une étude concernant le respect de la hiérarchie urbaine soit menée systématiquement au niveau régional lorsqu'un projet commercial dépasse un certain seuil de surface projetée (le seuil proposé est de 400 m²). Cette évaluation des nouveaux projets devrait varier selon que l'on envisage les commerces de biens de consommation courante (vis-à-vis duquel on recherche une relative dispersion) et les commerces de biens de consommation semi-courante (vis-à-vis duquel est recherchée une relative concentration spatiale dans les centres urbains).

Pour rappel, la hiérarchie urbaine de Van Hecke élaborée dans le courant des années 90 classe les communes en fonction de leur équipement en divers services et fonctions (VAN HECKE, 1998) : les soins de santé et l'accompagnement social ; les sports, loisirs et secteur horeca; la fonction communications ; les services avec fonction de guichet ; les fonctions de pouvoirs publics ; la culture ; l'enseignement ; le commerce de détail. Un nombre de points fût attribué à chaque commune permettant de les classer les unes par rapport aux autres. Ces résultats furent ensuite combinés avec ceux de l'enquête KUL-ULg de 1993-1994 – (voir Annexe 7 point 3.2.2.) – concernant les flux internes et externes aux communes ainsi que leur équipement commercial afin d'obtenir une classification comprenant les grandes villes, des villes régionales, des petites villes et des communes n'ayant pas (ou fort peu) d'effet polarisateur sur les entités voisines (VAN HECKE E., 1998, pp. 54-55).

Dans cette partie de l'analyse macrospatiale, il sera question de vérifier si la position des communes wallonnes dans la hiérarchie urbaine de Van Hecke ou le fait qu'elles aient été désignées comme pôle du SDER transparait dans la quantité et le type des demandes de permis socio-économique émises et acceptées ces dernières années. Les résultats des croisements entre la base de données des permis socio-économiques, d'une part, et la Hiérarchie de Van Hecke, les polarités du SDER, et les données démographiques des communes wallonnes, d'autre part, sont présentés sous forme d'un tableau récapitulatif en Annexe 6.1. Une partie résumée de cette annexe ne reprenant pas les communes individuellement mais bien les différentes classes dans la hiérarchie de Van Hecke, est présenté ci-dessous.

Tableau 2 : Inscription des demandes de permis socio-économiques dans la hiérarchie de Van Hecke, et leur évolution démographique

HIERARCHIE DE VAN HECKE	Population 1/1/2008	Croissance population 2000-08 (absolu)	Surface de vente acceptée entre 2000 et 2008					Total	Total par 1000 hab
			Biens courants	Biens semi-courants peu pondéreux	Biens semi-courants pondéreux	Complexes	Total		
grande ville	391695	5229	17763	1668	32774	171606	223811	571,39	
ville régionale	426348	8108	19178	1431	80105	181287	282001	661,43	
petite ville bien équipée a	205171	9152	9230	5266	46285	119491	180272	878,64	
petite ville moyennement équipées b	131446	8535	9389	9954	40984	47779	108106	822,44	
petite ville faiblement équipées c	387222	14245	16615	7829	52858	119939	197241	509,37	
commune non urbaine bien équipée A	765210	16438	50331	13063	98867	183586	345847	451,96	
commune non urbaine ayant un équipement moyen B	458674	16929	33808	2020	36792	153948	226568	493,96	
commune non urbaine faiblement équipée C	691009	38623	41907	3289	72363	128977	246536	356,78	
Total général	3456775	117259	198221	44520	461028	1106613	1810382	523,72	

Sources: INS (2008), CSEND, Commission Nationale pour la Distribution, Van Hecke E. (1998)

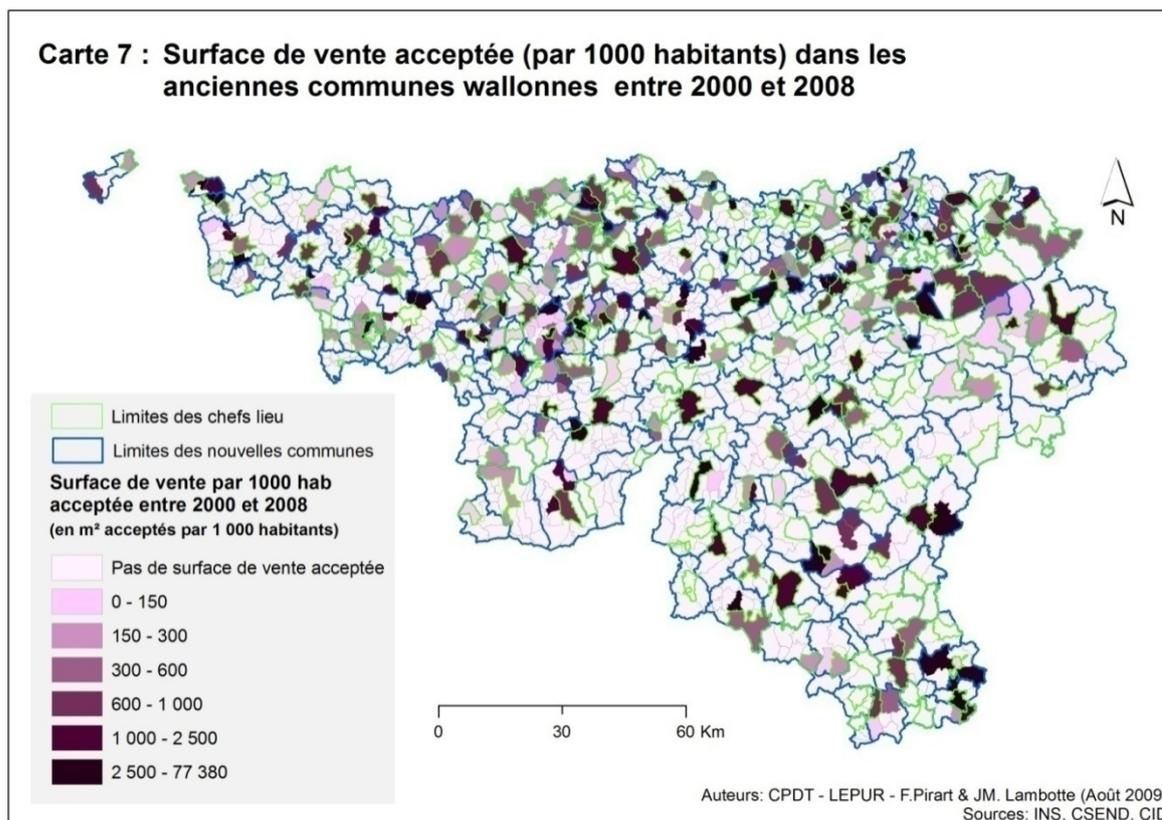
Ces résultats montrent que les communes classées dans la hiérarchie de Van Hecke comme petites villes bien équipées a et petites villes moyennement équipées b acceptent plus de 800 m² par 1 000 habitants. Parmi celles-ci, cinq d'entre elles dépassent même les 1 000 m² par 1 000 hab. Il s'agit, pour la classe des petites villes bien équipées de Wavre, Marche-en-Famenne et Huy ; pour les petites villes moyennement équipées de Libramont-Chevigny et Bastogne.

Le tableau complet en annexe 6.1 permet également d'identifier les variations qu'il existe entre les communes appartenant aux même classes hiérarchiques. Ainsi, bien que les classes des communes non urbaines (A, B ou C) présentent des résultats en termes de surface de vente acceptée par 1 000 habitants inférieurs à la moyenne, les communes de ces trois classes se distinguent très fort les unes des autres. Ainsi, pour les communes non urbaines bien équipées, la surface acceptée varie entre 0 pour Houffalize ou Esneux et 4 434,8 m²/1 000 hab pour Messancy. Pour les communes non urbaines moyennement équipées, on distingue très bien Farciennes qui compte plus de 6 400 m² par 1 000 habitants ! Dans la classe des communes non urbaines faiblement équipées, Estaimpuis, Awans et Assesse ont accepté respectivement 5 870, 4 900 et 3 134 m² par 1 000 habitants.

Ces chiffres très élevés sont le plus souvent issus de l'acceptation de complexes commerciaux très importants : Cora à Estaimpuis (50 000 m²), le complexe la Citadelle du groupe Moro à Farciennes (70 000 m²), le complexe Bouygues Immobilier à Assesse (19 340 m²), le complexe de PROPERTY & ADVICE à Soumagne (20 580 m²), etc. Ces projets sont d'une telle importance qu'il leur faut nécessairement capter la population dans une vaste région aux alentours. La population communale et celle de l'ensemble des communes limitrophes ne constitue parfois même pas assez de chaland potentiels.

Au total, 440 722 mètres carrés ont été acceptés sur l'ensemble des neuf années en dehors des pôles du SDER, soit 24,3 % du total. Rapporté aux 1 261 179 habitants actuels dans ces communes, cela donne une moyenne de 349,5 m² par 1 000 hab. A l'inverse, les communes ayant été désignées comme pôle dans le SDER ont accepté 1 369 660 m² de 2000 à 2008 pour une population actuelle de 2 195 596 habitants, soit une moyenne de 623,8 m² par 1 000 habitants. Il faut noter que cette différence serait encore bien accentuée si des localités comme Andenne ou Sambreville avaient été désignées comme pôle également. Les pôles du SDER ont donc bel et bien été l'objet d'une demande globale de développement commercial plus importante que les autres communes.

On peut maintenant se placer à l'échelle des anciennes communes car celle-ci permet une certaine distinction entre centre et périphérie à l'intérieur des nouvelles communes.



Lorsque l'on observe comment la distribution des surfaces acceptées se fait à l'échelle des anciennes communes, cela permet de faire généralement la distinction des localités urbaines ou villages dans lesquels le commerce projetait réellement de s'installer. C'est très utile car on peut alors vérifier dans quelle mesure les demandes de permis concernaient plutôt des chefs lieu de commune – qui abritent le plus souvent d'autres fonctions comme la maison communale, les écoles secondaires, la poste, etc. - des autres anciennes communes.

On peut aussi citer quelques anciennes communes qui ne sont pas la localité chef lieu de la commune et qui présentent des scores très élevés (> 1 000 m² par 1 000 habitants) : Evregnies (Cora à Estaimpuis), Autelbas pour Sterpenich, Hognoul, Ben-Ahin, Remouchamps, Ghislenghien, Ottignies, Gozée. Néanmoins une autre partie significative des complexes et autres grands projets commerciaux est située dans les principales localités des communes (Arlon, Marche, Ciney, Dinant, Gembloux, Assesse). Celles-ci affichent dès lors aussi des scores supérieurs à 1 000 m² par 1 000 habitants. Même dans ces cas, on peut se demander si une augmentation de l'offre aussi massive était vraiment nécessaire dans une perspective de développement durable.

Il faut noter que l'équipement commercial préexistant dans les communes n'est pas pris en compte ce qui doit conduire à nuancer les résultats. En effet, on ne peut pas dire si les nouveaux projets commerciaux sont apparus dans un contexte de sur- ou sous-offre commerciale.

De plus, pour mettre en œuvre le critère relatif au respect de la hiérarchie urbaine tel que proposé dans cette expertise (voire annexes 1 et 7), il manque également un réel classement hiérarchique des localités urbaines ou villages, bien que la hiérarchie urbaine de Van Hecke et les pôles du SDER permettent d'approcher cette réalité à l'échelle des nouvelles communes.

5. CRITÈRES MICROSPATIAUX

Les analyses ci-dessous se basent sur les résultats obtenus grâce au géocodage précis des demandes de permis et à leur croisement avec des données concernant l'accessibilité (cartes d'accessibilité, étude des fréquences sur les lignes de bus), le nombre de logements voisins et l'inscription dans les noyaux commerçants existants (basés sur les données cadastrales). Comme il a été mentionné précédemment, une certaine sélection parmi les demandes a dû être opérée afin de ne prendre en compte que celles qui ont pu être localisées assez précisément.

Un des objectifs majeurs de cette partie est de tester le critère préconisé par cette expertise au niveau microspatial basé sur l'accessibilité par les alternatives à la voiture et la mixité logement-commerce.

Pour ce faire, il conviendra de bien faire la distinction entre les différents types de commerces concernés par les demandes de permis socio-économiques, puisque les recommandations faites par l'expertise varient d'un assortiment à un autre. En effet, tandis que la vente de certains biens pondéreux rend une localisation périphérique bien souvent nécessaire, une localisation facilement accessible à pied et par transports en commun pour les biens moins pondéreux est primordiale.

Idéalement, il aurait fallu pouvoir faire la distinction entre les trois types d'assortiment à l'intérieur des complexes commerciaux. Cependant, cette distinction n'étant pas possible, ils seront testés pour le respect du critère relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture et la mixité logement-commerce dans les mêmes conditions que les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, ce qui semble assez logique vu leur assortiment.

5.1 ÉTUDES DE LA MIXITÉ LOGEMENT-COMMERCE

Cette expertise a mis plusieurs fois en avant l'accent sur la nécessité d'une plus grande proximité entre la fonction commerciale et le logement dans l'optique d'une mixité des fonctions, primordiale si l'on veut favoriser les modes lents de transport. Pour évaluer le degré de mixité entre les nouveaux projets commerciaux apparus ces neuf dernières années et l'habitat, le principe est de calculer le nombre précis de logements autour des projets commerciaux ayant fait l'objet d'une demande de permis socio-économique. Ce nombre de logements va être approché – pour une raison de manque de données concernant le nombre de logements par parcelle cadastrale (cf. Annexe 7, point c du 4.4.1) – au nombre de parcelles cadastrales ayant une fonction d'habitation.

Pour rappel, le critère de mixité commerce – logement est évalué en fonction :

- du nombre de logement localisés dans un rayon de 400 mètres autour des commerces de bien de consommation courante ;
- du nombre de logements localisés dans un rayon de 700 mètres autour des commerces de bien de consommation semi-courante peu pondéreux et pondéreux.

Les seuils minimums de logements à atteindre pour qu'un commerce respecte ce critère varient ensuite en fonction de la densité de population de la commune dans laquelle ce projet vient s'inscrire. La méthode de détermination des seuils préconisés s'est basée sur une étude statistique portant sur le nombre de parcelles cadastrales liées au commerce qui respectaient les seuils fixés à l'intérieur de chaque commune.

La méthodologie suivie pour les résultats de cette partie fût assez simple. Premièrement, des cercles ont donc été créés autour de la position XY associée à chaque dossier de demande précisément géocodée dans ArcGIS. Ceux-ci ont un rayon de 400 mètres pour les projets de commerces de biens de consommation courante et de 700 mètres pour les autres. Ensuite, il a suffi d'extraire le nombre de logements se trouvant à l'intérieur des ces buffers. Finalement, les valeurs obtenues ont été comparées aux valeurs seuils préconisées par cette expertise.

5.1.1 Evaluation de la mixité logement-commerce pour les demandes concernant les commerces de biens de consommation courante

Cette expertise insiste pour que les commerces de biens de consommation courante se localisent le plus près possible de la population, ceci afin de favoriser l'utilisation de la marche à pied pour s'y rendre. C'est d'ailleurs pour ce type de commerce que le critère de mixité/proximité logement-commerce préconisé est le plus stricte. Cette partie de l'analyse se concentre sur les demandes de permis socio-économiques qui concernent ce type de commerce, et évalue dans quelle proportion le critère microspatial de mixité – basé sur un nombre minimum de logements devant se situer à moins de 400 m des implantations - a été respecté durant les deux périodes d'analyse. Seules les demandes de permis socio-économique qui ont pu être géocodé précisément sont considérées.

Tableau 3 : Seuils proposés relatifs au nombre minimum de logements dans un rayon de 400 m selon la classe de densité de la commune

Classe de densité (en hab/km ²)	Seuil proposé (en nombre de logements)
De 20 à 35	80
De 35 à 50	100
De 50 à 75	120
De 75 à 100	150
De 100 à 150	180
De 150 à 200	210
De 200 à 300	250
De 300 à 500	300
+ de 500	350

Demandes liées aux nouvelles implantations de commerces de biens courants

De 2000 à 2004, sur 27 demandes (précisément géocodées) de nouvelles implantations de commerces de biens de consommation courante acceptées, 14 respectent le critère de mixité commerces-logements et 13 ne le respectent pas. En moyenne, les projets "mal" localisés au vu de ce critère affichaient un déficit de 131 logements par rapport au seuil. Cependant, il faut nuancer ce constat car les écarts entre le nombre de logements préconisé autour des projets commerciaux et le nombre calculé peuvent varier très fortement. Ainsi, le constat est sans appel pour certains projets tel que le Mesdagh de 1 320 m² qui a obtenu son permis pour s'implanter à Waremme durant cette période. En effet, on ne dénombre que 52 logements dans un rayon de 400 mètres autour de celui-ci alors que le seuil proposé dans cette commune est de 300 logements. Il aurait donc été impossible de combler cet écart par la création de logements associés au projet commercial. En revanche, certains autres projets ne sont en dessous du seuil que de quelques logements. Ainsi, il ne manquait que 21 logements à un projet d'implantation d'une surface de 800 m² accepté à Pepinster pour que celui-ci respecte le seuil.

De 2005 à 2008, sur 70 demandes de nouvelles implantations de commerces de biens de consommation courante acceptées, 28 respectent le critère de mixité et 42 ne le respectent pas. La proportion des projets situés à l'écart des logements augmente donc par rapport à la période précédente. En moyenne, il manque 118 logements situés à moins de 400 m de ces projets pour que le critère soit respecté. Parmi les projets les plus mal localisés au vu de ce critère, citons les demandes d'implantation suivantes :

- un Aldi à Tubize autour duquel il n'y a que 41 logements dans un rayon de 400 mètres, contre les 350 proposés ;
- un Delhaize à Namur autour duquel il n'y a que 80 logements dans un rayon de 400 mètres, contre les 350 proposés ;
- un super GB à Saint-Ghislain autour duquel il n'y a que 42 logements dans un rayon de 400 mètres, contre les 300 proposés.

Il est certain que la majorité des clients se rendant dans ces commerces le font en voiture.

A l'inverse, certains projets se trouvent entourés d'un nombre de logements considérable, bien au-delà des seuils donnés dans chaque commune. De nombreux exemples de projets respectant le critère de mixité des fonctions peuvent donc également être cités :

- le Proxy Delhaize de Nivelles qui compte 1 033 logements à moins de 400 m, soit 733 de plus que le seuil préconisé par cette expertise ;
- l'Aldi rue Saint-Léonard à Liège (1 042 logements à proximité) ;
- l'AD Delhaize à Herve (753 logements à proximité) ;
- les Lidl de Fleurus (761 logements à proximité) et de Mons (721 logements à proximité), etc.

Demandes liées aux extensions de commerces de biens courants

Il est également intéressant de faire le même exercice pour les demandes de permis se rapportant à des extensions de commerces. De 2000 à 2008, celles-ci représentent la création d'une surface de vente aussi importante que les nouvelles implantations.

Pour la période allant de 2000 à 2004, 37 des 72 demandes concernant des extensions respectent le critère et 35 ne le respectent donc pas. Ces résultats semblent similaires à ceux qui ont été obtenus pour les nouvelles implantations. En revanche, le déficit moyen de logements situés aux alentours des projets "mal" localisés descend à 97 logements. En moyenne donc, les commerces ayant fait l'objet d'une demande de permis afin de pouvoir s'étendre respectent mieux le critère de mixité que les projets de création d'un nouveau commerce durant cette période.

A l'inverse, seules 76 des 216 demandes d'extension entre 2005 à 2008 respectent le critère, alors que 140 d'entre elles présentent des résultats en-dessous du seuil. Ceux qui ne le respectent pas affichent un déficit moyen de 122 logements par rapport à ce qui est préconisé. Durant cette période, il semblerait donc que les demandes de permis concernant les extensions sont, à la fois, apparues en plus grand nombre, et qu'elles concernaient des commerces localisés plus à l'écart des concentrations de logements.

Un examen de l'ensemble des dossiers d'extension permet de mettre en évidence une des conséquences de la loi IKEA. On remarque en effet que les dossiers d'extensions abritent une large proportion de commerces caractérisés par une surface de vente d'un petit peu moins de 400 m² qui veulent s'agrandir. C'est sans nul doute un des effets pervers de la nouvelle loi. En facilitant l'extension des commerces d'une surface de vente inférieure à 400 m², celle-ci a permis à un grand nombre de petites et moyennes surfaces de s'implanter en procédant en plusieurs étapes (1^{ère} installation sous le seuil de 400 m² puis extension jusqu'à la superficie souhaitée dès le départ).

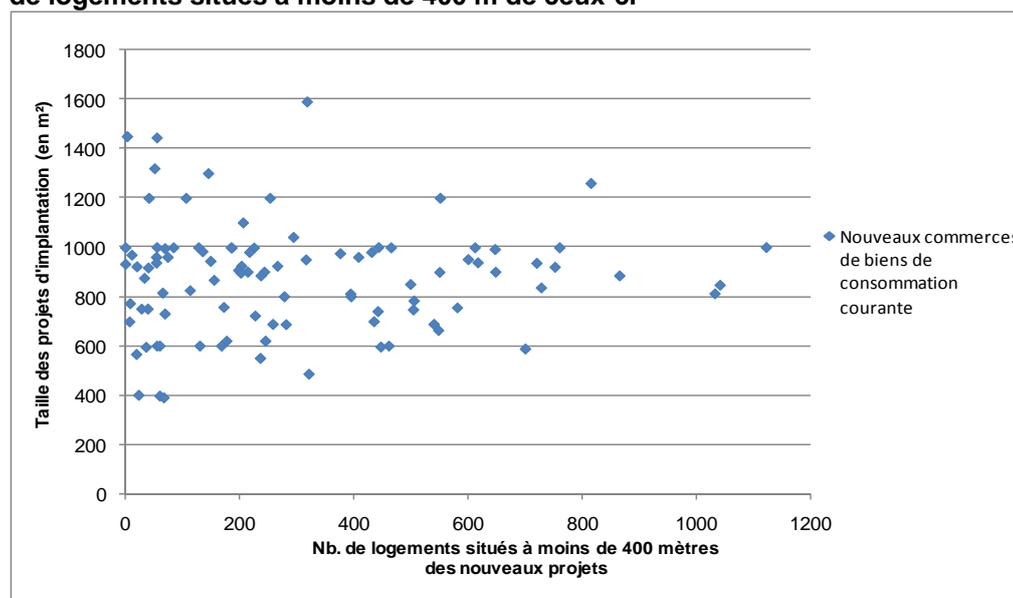
Relation entre la taille des commerces et la mixité avec les logements

La taille d'un commerce influence sans conteste la localisation de celui-ci. Mais s'il est certain que les commerces de proximité ont une taille qui leur permette de s'implanter sur de petites disponibilités foncières ou immobilières au sein du tissu urbain, ceci ne veut pas nécessairement dire qu'il existe une relation linéaire entre la taille des commerces et leur proximité vis-à-vis de la population.

Le graphique 15 met en relation la taille des nouvelles implantations de commerces de biens de consommation courante ayant fait l'objet d'une demande de permis socio-économique avec le nombre de logements se trouvant à moins de 400 m de celles-ci. Il souligne clairement l'absence de corrélation entre taille et mixité (pour la création de nouveaux commerces alimentaires). En réalité, tout comme les commerces de moins de 600 m², les commerces d'une surface de vente supérieure à 800 m² semblent être capables de s'insérer dans des zones de forte densité de logements.

Même les petits supermarchés alimentaires sont aussi souvent mal insérés dans le tissu résidentiel que les plus grands commerces. Cette tendance peut certainement être expliquée par la stratégie qui consiste à se localiser le long des routes caractérisées par un flux important.

Graphique 15 : Relation entre la taille des projets d'implantation de commerces de biens de consommation courante acceptés entre 2000 et 2008 et le nombres de logements situés à moins de 400 m de ceux-ci



Sources : CND, CSEND, 2000-08 ; CadMap 2007

5.1.2 Evaluation de la mixité logement-commerce pour les demandes concernant les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et de complexes commerciaux

Le test du critère de mixité logement-commerce devient plus compliqué lorsque l'on considère les commerces de biens semi-courants peu pondéreux. Le problème, déjà évoqué précédemment, provient du fait que les nouveaux commerces de ce type s'inscrivent très souvent dans des complexes commerciaux, centres commerciaux, parcs commerciaux et galeries commerciales. Dès lors, les demandes d'implantation de ceux-ci sont reprises dans la base de données des permis socio-économique comme une création ou une extension de complexe commercial.

Afin d'assurer une certaine cohérence entre cette analyse portant sur la mixité logement-commerce et les deux analyses microspatiales ultérieures - portant, pour l'une, sur la localisation des nouveaux commerces dans les noyaux commerçants existants, et pour l'autre, sur l'accessibilité par les modes de transport alternatifs à la voiture-, tous les résultats se rapportant aux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et aux complexes commerciaux seront tirés du même échantillon de la base de données des permis socio-économiques.

Tableau 4 : Seuils proposés relatifs au nombre minimum de logements dans un rayon de 700 m selon la classe de densité de la commune

Classe de densité (en hab/km ²)	Seuil proposé (en nombre de logements)
De 20 à 35	150
De 35 à 50	200
De 50 à 75	250
De 75 à 100	300
De 100 à 150	400
De 150 à 200	500
De 200 à 300	600
De 300 à 500	700
+ de 500	800

Demandes concernant les commerces de biens semi-courants peu pondéreux

Au vu du faible nombre de projets de commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux isolés ces dernières années, l'analyse portera directement sur l'ensemble de la période 2000-2008.

Durant cette période, sur 30 projets d'implantation nécessitant l'octroi du permis socio-économique (localisés avec précision) et ayant reçu un avis favorable, 17 respectent le critère de mixité et 13 ne le respectent pas. Le tableau suivant présente les résultats obtenus pour chacun des projets. Il montre assez clairement à quel point les localisations de ce type de commerce peuvent se trouver en plein cœur de noyaux d'habitat ou bien plus en retrait vis-à-vis des logements.

Tableau 5 : Résultats se rapportant au respect du critère de mixité des fonctions pour les projets de nouveaux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux entre 2000 et 2008.

	Commune dans laquelle le projet commercial s'inscrit	Densité de population (hab/km ²)	Nombre de logements situés à - de 700m des projets d'implantation	Seuil du nombre de logements situés à - 700m proposé selon la densité de population communale	Respect seuil = différence entre nombre de logements mesuré et la valeur seuil
Projet de 986 m²	BINCHE	536	2426	800	+1626
Projet de 2500 m²	MOUSCRON	1327	2116	800	+1316
Projet de 860 m²	CHARLEROI	1974	1600	800	+799
Projet de 1283 m²	NAMUR	613	1475	800	+675
Projet de 500 m²	LIEGE	2722	1344	800	+544
Projet de 747 m²	WAREMME	457	1189	700	+489
Projet de 797 m²	BASTOGNE	84	694	300	+394
Projet de 900 m²	ANDENNE	285	955	600	+355

Projet de 999 m ²	DURBUY	68	602	250	+352
Projet de 996 m ²	LIBRAMONT-CHEVIGNY	56	550	250	+300
Projet de 1223 m ²	WATERLOO	1398	1092	800	+292
Projet de 542 m ²	WATERLOO	1398	1082	800	+282
Projet de 275 m ²	DISON	1029	1070	800	+270
Projet de 793 m ²	BASTOGNE	84	560	300	+260
Projet de 720 m ²	MALMEDY	119	567	400	+167
Projet de 824 m ²	BASTOGNE	84	352	300	+52
Projet de 680 m ²	ATH	214	616	600	+16
Projet de 746 m ²	HANNUT	167	481	500	-19
Projet de 750 m ²	LIBRAMONT-CHEVIGNY	56	112	250	-138
Projet de 552 m ²	HERSTAL	1602	653	800	-147
Projet de 900 m ²	HERSTAL	1602	612	800	-188
Projet de 998 m ²	HANNUT	167	284	500	-216
Projet de 720 m ²	AUBEL	221	352	600	-248
Projet de 1245 m ²	MESSANCY	142	142	400	-258
Projet de 442 m ²	WAVRE	779	527	800	-273
Projet de 850 m ²	SERAING	1733	518	800	-282
Projet de 814 m ²	DINANT	132	103	400	-297
Projet de 825 m ²	GERPINNES	256	293	600	-307
Projet de 809 m ²	HUY	424	284	700	-416
Projet de 474 m ²	AWANS	321	115	700	-585

Sources : CND et CSEND, 2000-2008 ; CadMap, 2007

Demandes concernant les complexes commerciaux

Rappelons que les résultats présentés ici - concernant le respect du critère de mixité pour les complexes commerciaux - sont fournis à titre indicatif. Ceci est dû au fait que les données brutes concernant les demandes de permis socio-économique n'ont pas permis d'opérer une ventilation par types de biens pour la création de surface de vente projetée et acceptée à l'intérieur des complexes. Néanmoins, un examen de l'ensemble des demandes classées au rang de complexe commercial a permis de retirer certains complexes qui ne comportaient aucun commerce de biens de consommation semi-courante peu pondéreux. Ainsi, l'échantillon analysé ci-après est une représentation plus fidèle des complexes comportant des commerces de vêtements, chaussures, jouets et autres articles semi-courants peu pondéreux.

Durant la période 2000-2004, sur 44 projets d'implantation de complexe commercial (précisément géocodés), 29 respectent le critère de mixité logement-commerce et 15 ne le respectent pas. Parmi les projets de complexe acceptés qui respectent ce critère, citons comme bon exemple un projet de complexe commercial à Herstal en 2003 (2 406 logements à moins de 700 m).

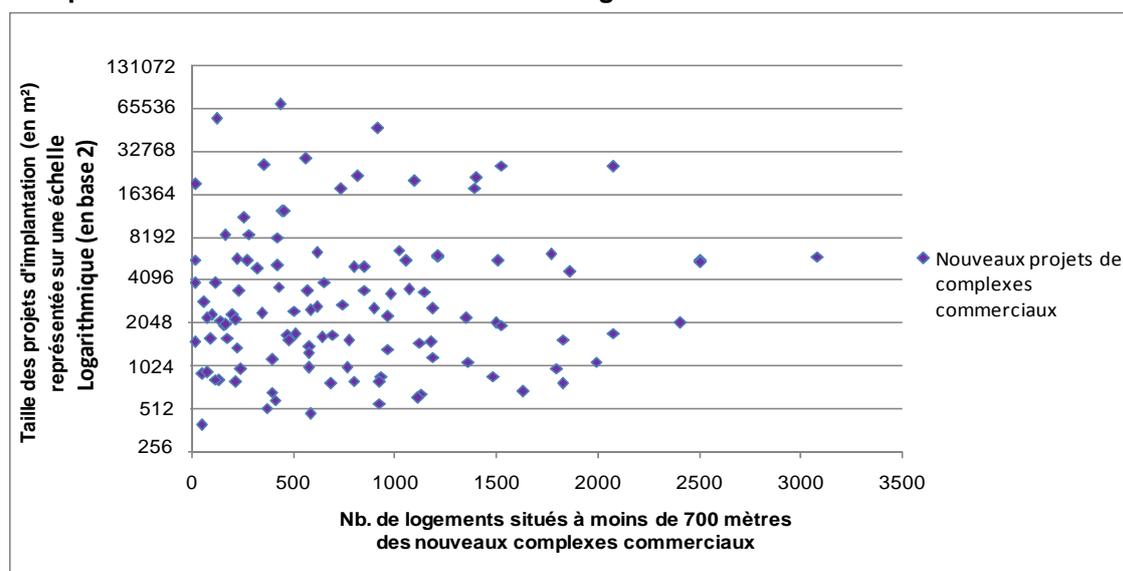
Pour la période 2005-2008, le nombre de demandes d'implantations de complexe commercial s'accroît sensiblement. L'échantillon analysé comporte 71 demandes d'implantation, dont 31 respectent le critère de mixité alors que les 40 autres sont en-deçà des seuils de logements fixés pour les commerces de biens semi-courants peu pondéreux. Le projet commercial qui comptabilise le maximum de logements dans un rayon de 700 mètres est un complexe de 6 000 mètres carré de l'SPRL la grande Récré qui a été accepté à Grivegnée. Pour cette période d'étude, on peut également remarquer que le projet Foruminvest de 25 600 m² à Verviers compte plus de 2 000 logements dans un rayon de 700 mètres alentours. Si c'est un bon exemple en termes de mixité/proximité avec le logement, c'est en revanche un projet discutable en termes de taille et donc de respect de la hiérarchie urbaine.

Il est bien entendu souhaitable que les grands projets commerciaux soient mieux intégrés dans le tissu urbain. Cependant la proximité/mixité entre un projet d'envergure avec le logement n'assure cependant pas que les parts modales alternatives à la voiture soient importantes. En effet, la zone de chalandise des implantations de plus de 15 000 m² de commerce est très étendue, et par conséquent la proportion des clients potentiels se trouvant à proximité immédiate du projet et pouvant s'y rendre à pied ou vélo est relativement bien plus faible que pour des petits magasins de quartier, qui peuvent souvent tirer une part importante de leur chiffre d'affaire de la population locale. C'est pour cette raison que cette expertise insiste pour que ce type de projet jouisse d'une bonne accessibilité en bus, au même titre que les commerces de biens de consommation semi-courants isolés.

Relation entre la taille des complexes commerciaux et la mixité avec les logements

Lorsque l'on met en relation la taille des nouveaux projets de complexes commerciaux et le nombre de logements autour de ceux-ci, on en arrive au même constat que pour les commerces de biens courants, à savoir qu'il n'existe pas de relation linéaire entre taille des projets et proximité des noyaux d'habitat. Le graphique 16 ci-dessous montre assez nettement que des variations très significatives en termes de nombre de logements situés à moins de 700 mètres des complexes surviennent pour des projets de taille similaire. Ainsi des complexes comme celui de 6 000 m² à Grivegnée présentant le meilleur score de mixité sont à opposer à des complexes de même taille faisant un score tout à fait insuffisant comme celui de 5 706 m² à Jemeppe-sur-Sambre qui n'est entouré que de 15 logements.

Graphique 16 : Relation entre la taille des projets d'implantation de complexes commerciaux acceptés entre 2000 et 2008 et le nombre de logements situés à moins de 700 m de ceux-ci



Sources : CND, CSEND, 2000-08 ; CadMap 2007

5.1.3 Respect du critère de mixité à l'échelle des communes wallonnes

Il est intéressant de vérifier dans quelle mesure l'ensemble des demandes de permis socio-économique à l'échelle d'une commune respecte le critère préconisé. L'annexe 6.2 fournit entre autre le pourcentage des communes dans lesquelles les demandes de permis socio-économiques des neuf dernières années respectaient en moyenne les seuils proposés.

En ce qui concerne les projets de nouveaux commerces de biens de consommation courante, la part des communes dans lesquelles le critère de mixité commerce-logements est en moyenne respecté de 40,9 % (36 des 88 communes concernées). Les différences qu'il existe entre le nombre de logements préconisé et le nombre réel de logements (approchée par le nombre de parcelles pouvant abriter un logement) autour des projets peuvent être très fortes. Bien entendu, en intégrant le nombre exact d'appartements par immeuble voué au logement là où on n'a pas affaire à du logement unifamilial, il devrait être possible de mieux observer le respect de ce critère. De plus, notre analyse ne tient pas non plus compte des éventuels logements intégrés parfois au sein même du projet immobilier concerné par la demande de permis socio-économique. Cette éventualité devrait aussi faire remonter les scores de chacun des projets commerciaux.

Pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, le pourcentage des communes dans lesquelles ce critère de mixité est respecté passe à 47,8 %. Par contre, seules 28,6 % des communes touchées par des demandes de permis pour des commerces de biens semi-courant pondéreux atteignent le seuil requis pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux. Ceci confirme bien que, par rapport à ces derniers, ce type de commerce se localise plutôt en périphérie à l'écart des quartiers d'habitat, et ce dans la plupart des communes wallonnes. Les seuils qu'il convient de fixer pour les commerces vendant des produits pondéreux méritent donc d'être abaissé d'un certain niveau.

Pour terminer, l'analyse des résultats concernant les complexes indique que le seuil de mixité est respecté dans 50 % des communes.

5.2 INSCRIPTION DES DEMANDES DANS LES NOYAUX EXISTANTS

Cette partie va nous permettre d'évaluer dans quelle mesure les nouveaux projets commerciaux ayant fait l'objet d'une demande de permis socio-économique entre 2000 et 2008 s'inscrivaient dans les noyaux commerçants existants. Nous pouvons évaluer ceci en nous servant des noyaux délimités à partir des données cadastrales (voir méthodologie Annexe 7 point c du 4.4.1) et des données sur les demandes de permis socio-économiques géocodées. La méthodologie qui a été suivie consistait, dans un premier temps, à attribuer à chaque dossier de demande la valeur (exprimée en nombre de parcelles commerciales) du noyau dans lequel le nouveau commerce devait s'inscrire. Ensuite, cette valeur a été comparée au nombre de cellules commerciales qui composent le noyau le plus important de la commune d'implantation.

Au vu des traitements de données assez lourds que cette partie demande, celle-ci va se concentrer directement sur les projets d'implantation de commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et des complexes commerciaux qui ont déjà fait l'objet de l'analyse concernant la mixité logement-commerce au point 5.1. Le critère microspatial d'appartenance aux noyaux commerçants existants n'est de toute façon préconisé que pour les achats semi-courants peu pondéreux.

Il s'agit donc ici des résultats d'un échantillon de 30 projets de nouveaux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et de 115 projets de nouveaux complexes commerciaux qui ont tous fait l'objet d'un avis quant à leur demande de permis socio-économique favorable.

Appartenance des commerces de biens semi-courants peu pondéreux aux noyaux commerçants existants

Sur les 30 commerces analysés ici, 9 d'entre eux se situent dans le plus gros noyau commercial de la commune d'implantation. Il faut noter que tous ces projets respectaient déjà le critère de mixité logement-commerce préconisé.

On dénombre également 8 projets d'implantation qui respectaient le critère de mixité, mais qui ne se trouvent pas dans le noyau commercial le plus important. Cependant, deux de ceux-ci sont tout de même localisés dans des noyaux de 58 et 113 parcelles commerciales.

Par contre, les projets qui ne satisfaisaient pas le précédent critère microspatial sont localisés dans des noyaux de petite taille (en moyenne 16 cellules commerciales) et parfois même à l'écart de tout autre commerce.

Appartenance des complexes commerciaux de biens semi-courants peu pondéreux aux noyaux commerçants existants

Les résultats diffèrent fortement lorsque l'on en vient aux nouveaux complexes commerciaux de notre échantillon. En effet, seuls 25 des 115 complexes s'insèrent dans le plus gros noyau de la commune d'implantation. Parmi ceux-ci, deux projets ne respectaient pas le critère de mixité avec le logement. Il faut dire que les noyaux dans lesquels ces complexes se situent sont de petite taille ou de taille moyenne (11 et 90 cellules).

Sur les 55 projets ne respectant pas le critère de mixité avec le logement, 19 complexe se localisent en dehors de tout noyau commercial, 16 dans des noyaux de moins de 10 cellules commerciales, 12 dans des noyaux de moins de 30 cellules et le reste dans des noyaux allant jusqu'à 90 cellules. Ces résultats permettent également de constater qu'11 projets de complexe respectant le critère de mixité se trouvent en dehors de tout noyau commercial.

5.3 ACCESSIBILITÉ DES NOUVEAUX PROJETS COMMERCIAUX PAR LES ALTERNATIVES À LA VOITURE

Cette partie de l'analyse permet de caractériser les localisations des demandes de permis socio-économiques en termes d'accessibilité par les alternatives à la voiture et de conclure le test du critère microspatial de mixité/accessibilité préconisé pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux.

Utilisation des cartes d'accessibilité de la CPDT

Les cartes d'accessibilité au lieu de travail, produites dans le cadre de la CPDT, représentent un outil d'aide à la décision pour la localisation des activités économiques. Les trois grilles de pixels de 50 mètres de côté - une par mode de transport alternatif - qui ont été créées nous ont permis d'associer les parts modales estimées aux demandes de permis socio-économique finement géocodés. Les 7 tableaux de l'annexe 6.3 résument bien les résultats qui ont été obtenus en croisant type d'assortiment, motif de la demande et taille des projets.

Les résultats présentés en Annexe 6.3 représentent les parts modales attendues pour les déplacements des travailleurs se rendant à leur lieu de travail, et non pas les parts modales attendues pour les trajets liés au motif achat. Pour les modes lents, la différence entre les deux peut être importante pour la simple et bonne raison que la probabilité d'utilisation des modes lents pour se rendre au travail diminue plus lentement avec la distance à parcourir que pour les déplacements pour effectuer des achats. La population est en effet souvent prête à effectuer de plus longues distances à pied et à vélo pour se rendre à son travail que pour se rendre dans un commerce, surtout s'il s'agit de biens de consommation courante ou d'autres produits pondéreux (voire Annexe 7 point 4.2.1.2). A l'inverse, en centre urbain l'utilisation de la marche à pied et du vélo pour le motif achat représentent une part modale bien plus importante que pour les déplacements liés à l'emploi.

6. POURSUITE DE L'ANALYSE

Etude à différentes échelles de la relation entre l'accroissement de population et des revenus et l'évolution des demandes de permis

Une des questions à laquelle cette analyse devait répondre concerne le lien existant entre la quantité de nouveaux projets et les changements démographiques et de revenus au sein des communes et anciennes communes. Cette relation est déjà brièvement discutée dans l'analyse à l'échelle des arrondissements, mais une étude plus avancée reste à faire pour les autres échelles d'analyse. On serait tenté de penser qu'une certaine corrélation existe entre l'accroissement de population ou des revenus et la quantité des demandes de permis au sein des entités locales. En d'autres termes, l'accroissement de l'offre commerciale au niveau local est-elle liée à l'accroissement de la demande ?

Inscription des demandes de permis dans les noyaux commerçants existants

Le croisement entre les données relatives aux noyaux commerçants délimités grâce au cadastre numérique et les demandes de permis socio-économiques a bel et bien permis de déterminer si les projets se localisaient dans des noyaux importants en termes de taille. Cependant, il serait souhaitable de définir plus d'attributs pour caractériser plus précisément les noyaux pris en compte.

Accessibilité des nouveaux projets commerciaux

Il n'est pas encore possible à l'heure actuelle d'évaluer dans quelle proportion le critère d'accessibilité par les transports en commun est respecté par les nouveaux projets. En effet, le croisement entre les données concernant la fréquence de passage des lignes de bus avec la localisation des permis socio-économique n'a pas encore pu être mené.

Cette partie est en voie d'aboutissement. Les résultats obtenus nous permettront de déterminer dans quelles proportions les projets commerciaux des neufs dernières années respectaient le critère d'accessibilité par les modes alternatifs à la voiture.

Affectation au plan secteur

Le croisement entre les données du plan de secteur et celles des permis est probablement le plus problématique. Il suffit parfois qu'un projet soit géocodé quelques mètres à côté de sa localisation exacte pour que l'affectation change, voire pour que l'on soit dans une zone non urbanisable. La validité des résultats que nous pourrions présenter ici est relativement faible pour cette raison, mais aussi parce-que nous ne possédons pas les données numériques relatives aux diverses modifications (PCAD ou modification plus profonde) du plan de secteur.

ANNEXES

Annexe 6.1 : Inscription des demandes de permis socio-économique dans les communes classées dans la Hiérarchie de Van Hecke, leur statut de pôle du SDER* et leur évolution démographique

HIERARCHIE DE VAN HECKE	Population 1/1/2008	Croissance population 2000-08 (absolu)	Croissance population 2000-08 (relatif)	Surface de vente acceptée entre 2000 et 2008					
				Biens courants	Biens semi-courants peu pondéreux	Biens semi-courants pondéreux	Complexes	Total	Total par 1000 hab
grande ville	391695	5229	1,4%	17763	1668	32774	171606	223811	571,39
Charleroi	201593	766	0,4%	11300	1168	15560	105953	133981	664,61
Liège	190102	4463	2,4%	6463	500	17214	65653	89830	472,54
ville régionale	426348	8108	1,9%	19178	1431	80105	181287	282001	661,43
Arlon	26929	2138	8,6%	826	0	19789	27656	48271	1792,5
Verviers	54519	1371	2,6%	1343	0	15693	49805	66841	1226
Mons	91152	217	0,2%	4196	148	15772	54171	74287	814,98
Namur	107939	2520	2,4%	5709	1283	20159	24375	51526	477,36
Tournai	68193	814	1,2%	5825	0	4092	11781	21698	318,19
La Louvière	77616	1048	1,4%	1279	0	4600	13499	19378	249,67
petite ville bien équipée a	205171	9152	4,7%	9230	5266	46285	119491	180272	878,64
Wavre	32784	1751	5,6%	142	442	7060	46979	54623	1666,1
Marche-en-Famenne	17134	744	4,5%	1248	725	2545	23133	27651	1613,8
Huy	20295	1239	6,5%	2922	919	5276	15183	24300	1197,3
Nivelles	25035	1284	5,4%	1556	0	2383	19499	23438	936,21
Ath	27586	2156	8,5%	1388	680	5742	7159	14969	542,63
Mouscron	53760	1268	2,4%	1591	2500	19972	2414	26477	492,5
Eupen	18408	892	5,1%	383	0	3307	5124	8814	478,81
Montigny-le-Tilleul	10169	-182	-1,8%	0	0	0	0	0	0
petite ville moyennement équipées b	131446	8535	6,9%	9389	9954	40984	47779	108106	822,44
Libramont-Chevigny	10052	775	8,4%	1569	3159	8236	15093	28057	2791,2
Bastogne	14577	1186	8,9%	1967	3238	9499	3089	17793	1220,6
Dinant	13186	451	3,5%	503	814	2697	6907	10921	828,23
Malmedy	11943	799	7,2%	202	720	3727	4684	9333	781,46
Waremme	14306	1116	8,5%	2692	1048	3798	3573	11111	776,67
Spa	10549	216	2,1%	541	975	4493	2143	8152	772,77
Ciney	15317	865	6,0%	319	0	1200	10265	11784	769,34
Ottignies-LLN	30283	2903	10,6%	1695	0	5968	10901	18564	613,02

* Les pôles du SDER sont les communes présentant un fond gris clair dans le tableau

Virton	11233	224	2,0%	220	0	2566	1389	4175	371,67
petite ville faiblement équipées c	387222	14245	3,8%	16615	7829	52858	119939	197241	509,37
Andenne	24815	1286	5,5%	1297	1004	1938	22201	26440	1065,5
Gembloux	22430	1946	9,5%	515	0	4236	21134	25885	1154
Philippeville	8627	688	8,7%	0	0	2784	7138	9922	1150,1
Binche	32675	485	1,5%	1395	1616	8334	11970	23315	713,54
Hannut	14724	1482	11,2%	240	1744	5061	2135	9180	623,47
Waterloo	29448	462	1,6%	1700	1765	2889	10883	17237	585,34
Couvin	13576	327	2,5%	1609	0	3928	1725	7262	534,91
Sambreville	27170	-27	-0,1%	715	0	4859	8792	14366	528,74
Jodoigne	12763	1280	11,1%	2281	0	3065	999	6345	497,14
Braine-l'Alleud	37728	2469	7,0%	838	0	1993	12051	14882	394,46
Péruwelz	16941	74	0,4%	1435	0	1048	3468	5951	351,28
Soignies	25871	1289	5,2%	1399	100	5500	2010	9009	348,23
Seraing	61657	1100	1,8%	166	1600	3144	14811	19721	319,85
Saint-Vith	9242	301	3,4%	102	0	2750	0	2852	308,59
Saint-Ghislain	22708	612	2,8%	2447	0	543	0	2990	131,67
Chimay	9944	185	1,9%	271	0	0	622	893	89,803
Visé	16903	286	1,7%	205	0	786	0	991	58,629
commune non urbaine bien équipée A	765210	16438	2,2%	50331	13063	98867	183586	345847	451,96
Messancy	7620	718	10,4%	1145	5820	17943	8885	33793	4434,8
Boussu	20192	133	0,7%	1782	100	0	43601	45483	2252,5
Bouillon	5501	36	0,7%	1892	0	0	6201	8093	1471,2
Bertrix	8211	157	1,9%	131	0	6762	4203	11096	1351,4
Aywaille	11227	1162	11,5%	696	0	4333	7053	12082	1076,2
Beauraing	8540	444	5,5%	647	0	3410	4398	8455	990,05
Aubange	15333	670	4,6%	1568	0	2460	8190	12218	796,84
Châtelet	35755	303	0,9%	2090	162	2191	23652	28095	785,76
Ans	27550	22	0,1%	1691	0	2840	16861	21392	776,48
Neufchâteau	6700	533	8,6%	500	0	0	4141	4641	692,69
Thuin	14675	72	0,5%	982	0	3849	4962	9793	667,33
Herstal	37685	1393	3,8%	1818	5982	2104	11498	21402	567,92
Tubize	22945	1484	6,9%	917	0	1248	9889	12054	525,34
Lessines	18146	968	5,6%	600	0	6732	1535	8867	488,65
Florennes	10882	214	2,0%	520	0	4717	0	5237	481,25
Herve	16755	286	1,7%	2749	0	3965	796	7510	448,22
Fléron	16161	270	1,7%	1350	0	3164	2023	6537	404,49
Saint-Hubert	5811	84	1,5%	900	0	950	356	2206	379,62
Leuze-en- Hainaut	13331	300	2,3%	0	0	4379	492	4871	365,39
Courcelles	30034	328	1,1%	1640	0	1905	6795	10340	344,28
Erquennes	9607	-106	-1,1%	1916	0	0	1327	3243	337,57

Walcourt	17805	965	5,7%	2161	0	3000	599	5760	323,5
Rochefort	12097	350	3,0%	2095	0	1410	0	3505	289,74
Fleurus	22267	-113	-0,5%	3092	0	2332	950	6374	286,25
Comines-Warneton	17651	87	0,5%	2315	0	2567	0	4882	276,58
Durbuy	10780	864	8,7%	1981	999	0	0	2980	276,44
Amay	13280	293	2,3%	385	0	0	3271	3656	275,3
La Calamine	10566	445	4,4%	355	0	990	1555	2900	274,47
Morlanwelz	18813	384	2,1%	541	0	2514	1866	4921	261,57
Frameries	20727	48	0,2%	1980	0	2588	0	4568	220,39
Quaregnon	18789	-389	-2,0%	960	0	2733	0	3693	196,55
Braine-le-Comte	20698	1614	8,5%	811	0	2189	933	3933	190,02
Beloeil	13538	312	2,4%	570	0	0	1812	2382	175,95
Enghien	12481	1618	14,9%	1551	0	0	339	1890	151,43
Dour	16899	34	0,2%	807	0	1584	0	2391	141,49
Chaufontaine	20940	333	1,6%	1306	0	0	1505	2811	134,24
Welkenraedt	9343	542	6,2%	0	0	1202	0	1202	128,65
Rixensart	21571	300	1,4%	1442	0	1077	0	2519	116,78
Manage	22460	648	3,0%	595	0	426	1479	2500	111,31
Florenville	5446	-100	-1,8%	219	0	300	26	545	100,07
Vielsalm	7405	223	3,1%	0	0	703	0	703	94,936
Stavelot	6705	226	3,5%	308	0	300	0	608	90,679
Fontaine-l'Evêque	16797	-171	-1,0%	1175	0	0	0	1175	69,953
Flémalle	24963	-814	-3,2%	0	0	0	1520	1520	60,89
Saint-Nicolas	22600	-501	-2,2%	0	0	0	873	873	38,628
Colfontaine	20044	-436	-2,1%	148	0	0	0	148	7,3838
Esneux	13065	-113	-0,9%	0	0	0	0	0	0
Houffalize	4819	318	7,1%	0	0	0	0	0	0
commune non urbaine ayant un équipement moyen B	458674	16929	3,8%	33808	2020	36792	153948	226568	493,96
Farciennes	10998	-338	-3,0%	54	0	0	70827	70881	6444,9
Soumagne	15747	1140	7,8%	301	0	1876	23645	25822	1639,8
Ch-lez-Herlemont	14164	255	1,8%	1171	0	9094	3115	13380	944,65
Gerpennes	12033	-17	-0,1%	606	825	1390	7797	10618	882,41
Dison	14527	549	3,9%	1323	275	0	10514	12112	833,76
Blégnny Jemeppe-s-Sambre	13004	622	5,0%	1067	0	0	6848	7915	608,66
Wanze	18162	639	3,6%	1509	0	2950	5981	10440	574,83
Sprimont	12938	912	7,6%	1304	920	3268	1574	7066	546,14
Sprimont	13211	785	6,3%	1884	0	2487	2532	6903	522,52
Bassenge	8483	307	3,8%	863	0	1057	2341	4261	502,3
Theux	11763	593	5,3%	0	0	5040	400	5440	462,47
Fosses-la-Ville	9476	726	8,3%	980	0	1616	1616	4212	444,49
Oupeye	23669	-51	-0,2%	3770	0	1490	3294	8554	361,4

Perwez	7773	716	10,1%	1144	0	1448	0	2592	333,46
Habay	8026	1058	15,2%	1200	0	941	450	2591	322,83
Court-Saint-Etienne	9607	861	9,8%	1428	0	0	1635	3063	318,83
Genappe	14405	648	4,7%	590	0	0	3218	3808	264,35
Grâce-Hollogne	21813	-690	-3,1%	899	0	400	3980	5279	242,01
Eghezée	14742	1328	9,9%	1278	0	0	2060	3338	226,43
Beyne-Heusay	11857	196	1,7%	1840	0	397	364	2601	219,36
Etalle	5469	579	11,8%	1106	0	0	0	1106	202,23
Paliseul	5089	83	1,7%	0	0	909	0	909	178,62
Lobbes	5585	65	1,2%	944	0	0	0	944	169,02
Grez-Doiceau	12607	780	6,6%	2125	0	0	0	2125	168,56
La Hulpe	7344	401	5,8%	0	0	0	1132	1132	154,14
Bernissart	11612	179	1,6%	1621	0	0	0	1621	139,6
Waimès	6816	313	4,8%	0	0	902	0	902	132,34
Pepinster	9574	282	3,0%	1163	0	0	0	1163	121,47
Quiévrain	6569	-144	-2,1%	785	0	0	0	785	119,5
Anderlues	11613	73	0,6%	658	0	550	0	1208	104,02
Frasnes-lez-Anvaing	11064	192	1,8%	211	0	0	625	836	75,56
Lasne	14043	531	3,9%	0	0	977	0	977	69,572
Momignies	5156	28	0,5%	252	0	0	0	252	48,875
Braine-le-Château	9580	586	6,5%	457	0	0	0	457	47,704
Pont-à-celles	16467	386	2,4%	706	0	0	0	706	42,874
Beaumont	6815	238	3,6%	274	0	0	0	274	40,205
Antoing	7567	86	1,1%	235	0	0	0	235	31,056
Comblain-au-Pont	5401	212	4,1%	60	0	0	0	60	11,109
Honnelles	5026	-26	-0,5%	0	0	0	0	0	0
Iltre	6137	486	8,6%	0	0	0	0	0	0
La Roche-en-Ardenne	4351	244	5,9%	0	0	0	0	0	0
Plombières	9781	420	4,5%	0	0	0	0	0	0
Yvoir	8610	696	8,8%	0	0	0	0	0	0
commune non urbaine faiblement équipée C	691009	38623	5,9%	41907	3289	72363	128977	246536	356,78
Estaimpuis	9872	334	3,5%	0	0	2550	55401	57951	5870,2
Awans	8758	488	5,9%	150	674	26526	15587	42937	4902,6
Assesse	6299	307	5,1%	0	0	0	19747	19747	3134,9
Nandrin	5688	312	5,8%	2016	610	3613	2783	9022	1586,1
St-Georges-s-Meuse	6571	-214	-3,2%	909	100	7978	0	8987	1367,7
Aubel	4146	295	7,7%	890	864	380	2210	4344	1047,8
Hotton	5109	219	4,5%	2422	0	1340	0	3762	736,35
Mont-Saint-Guibert	6637	766	13,0%	2262	251	490	1801	4804	723,82
Verlaine	3690	261	7,6%	1648	0	995	0	2643	716,26
Bièvre	3162	22	0,7%	1162	0	998	0	2160	683,11

Butgenbach	5610	60	1,1%	672	0	3010	0	3682	656,33
Burdinne	2895	186	6,9%	1800	0	0	0	1800	621,76
Raeren	10312	762	8,0%	2372	0	3293	535	6200	601,24
Ferrières	4533	325	7,7%	114	0	2435	0	2549	562,32
Lontzen	5267	257	5,1%	1200	0	1166	550	2916	553,64
Aiseau-Presles	10744	-187	-1,7%	0	0	0	5797	5797	539,56
Floreffe	7567	475	6,7%	1395	0	300	2235	3930	519,36
Neupré	9685	172	1,8%	1750	509	2533	0	4792	494,79
Tenneville	2610	161	6,6%	192	0	1046	0	1238	474,33
Baelen	4156	304	7,9%	0	0	0	1887	1887	454,04
Jalhay	8040	543	7,2%	1805	0	1327	0	3132	389,55
Chièvres	6408	402	6,7%	172	0	0	2070	2242	349,88
Hélocine	3147	299	10,5%	600	0	480	0	1080	343,18
Wellin	2990	153	5,4%	-219	0	1124	0	905	302,68
Profondeville	11501	760	7,1%	700	0	2750	0	3450	299,97
Chaumont-Gistoux	11155	1014	10,0%	0	0	0	2780	2780	249,22
Rendeux	2358	141	6,4%	306	281	0	0	587	248,94
Hamoir	3620	110	3,1%	899	0	0	0	899	248,34
Ohey	4457	394	9,7%	641	0	423	0	1064	238,73
Les Bons Villers	8994	266	3,0%	599	0	0	1440	2039	226,71
Jurbise	9746	517	5,6%	582	0	0	1549	2131	218,65
Nassogne	5093	333	7,0%	0	0	1061	0	1061	208,33
Chastre	6891	404	6,2%	1431	0	0	0	1431	207,66
Rebecq	10237	360	3,6%	206	0	1850	0	2056	200,84
Incourt	4739	625	15,2%	937	0	0	0	937	197,72
Villers-la-Ville	9853	761	8,4%	1740	0	0	0	1740	176,6
Fexhe-le-Ht-Clocher	3046	116	4,0%	0	0	525	0	525	172,36
Remicourt	5191	438	9,2%	816	0	0	0	816	157,2
Villers-le-Bouillet	6175	522	9,2%	0	0	874	0	874	141,54
Orp-Jauche	8054	617	8,3%	1071	0	0	0	1071	132,98
Anthisnes	4003	122	3,1%	0	0	0	520	520	129,9
Pecq	5340	183	3,5%	688	0	0	0	688	128,84
Sombreffe	7801	496	6,8%	80	0	0	875	955	122,42
Crisnée	2906	322	12,5%	353	0	0	0	353	121,47
Vaux-sur-Sûre	4876	700	16,8%	550	0	0	0	550	112,8
Tinlot	2436	252	11,5%	0	0	0	270	270	110,84
Hastière	5418	442	8,9%	180	0	354	0	534	98,56
Amel (Amblève)	5345	276	5,4%	525	0	0	0	525	98,223
Walhain	6160	748	13,8%	595	0	0	0	595	96,591
Ham-Heure-Nalinnes	13372	119	0,9%	0	0	604	675	1279	95,648
Chiny	5122	237	4,9%	0	0	434	0	434	84,733
Fernelmont	6860	562	8,9%	566	0	0	0	566	82,507
Sivry-Rance	4703	197	4,4%	388	0	0	0	388	82,501

Quévy	7734	260	3,5%	620	0	0	0	620	80,166
Le Roeulx	8019	88	1,1%	600	0	0	0	600	74,822
Havelange	4981	359	7,8%	0	0	369	0	369	74,082
Cerfontaine	4624	290	6,7%	0	0	335	0	335	72,448
Trois-Ponts	2529	183	7,8%	179	0	0	0	179	70,779
Beauvechain	6621	422	6,8%	449	0	0	0	449	67,815
Lens	4119	327	8,6%	269	0	0	0	269	65,307
Tellin	2399	170	7,6%	143	0	0	0	143	59,608
Seneffe	10729	201	1,9%	620	0	0	0	620	57,787
Brunehaut	7740	294	3,9%	380	0	0	0	380	49,096
Rumes	5066	2	0,0%	234	0	0	0	234	46,19
Ouffet	2613	139	5,6%	115	0	0	0	115	44,011
Lierneux	3366	49	1,5%	115	0	0	0	115	34,165
Mettet	12233	916	8,1%	399	0	0	0	399	32,617
Engis	5769	80	1,4%	150	0	0	0	150	26,001
Ellezelles	5784	204	3,7%	150	0	0	0	150	25,934
Anhée	7014	243	3,6%	0	0	0	0	0	0
Attert	4944	826	20,1%	0	0	0	0	0	0
Berloz	2854	234	8,9%	0	0	0	0	0	0
Bertogne	3048	324	11,9%	0	0	0	0	0	0
Braives	5660	308	5,8%	0	0	0	0	0	0
Brugelette	3446	102	3,1%	0	0	0	0	0	0
Bullange	5471	184	3,5%	0	0	0	0	0	0
Burg-Reuland	3948	161	4,3%	0	0	0	0	0	0
Celles	5452	37	0,7%	0	0	0	0	0	0
Clavier	4266	146	3,5%	0	0	0	0	0	0
Dalhem	6647	502	8,2%	0	0	0	0	0	0
Daverdisse	1366	6	0,4%	0	0	0	0	0	0
Doische	2914	74	2,6%	0	0	0	0	0	0
Donceel	2883	230	8,7%	0	0	0	0	0	0
Ecaussinnes	10373	753	7,8%	0	0	0	0	0	0
Erezée	2929	184	6,7%	0	0	0	0	0	0
Estinnes	7502	-19	-0,3%	0	0	0	0	0	0
Faimes	3614	459	14,5%	0	0	0	0	0	0
Fauvillers	2116	278	15,1%	0	0	0	0	0	0
Flobecq	3287	93	2,9%	0	0	0	0	0	0
Froidchapelle	3599	284	8,6%	0	0	0	0	0	0
Gedinne	4458	114	2,6%	0	0	0	0	0	0
Geer	2979	409	15,9%	0	0	0	0	0	0
Gesves	6565	798	13,8%	0	0	0	0	0	0
Gouvy	4826	245	5,3%	0	0	0	0	0	0
Hamois	6752	290	4,5%	0	0	0	0	0	0
Hensies	6726	-56	-0,8%	0	0	0	0	0	0
Herbeumont	1559	125	8,7%	0	0	0	0	0	0

Héron	4656	461	11,0%	0	0	0	0	0	0
Houyet	4494	61	1,4%	0	0	0	0	0	0
Juprelle	8619	474	5,8%	0	0	0	0	0	0
La Bruyère	8477	641	8,2%	0	0	0	0	0	0
Léglise	4341	640	17,3%	0	0	0	0	0	0
Libin	4707	366	8,4%	0	0	0	0	0	0
Limbourg	5680	185	3,4%	0	0	0	0	0	0
Lincet	3040	234	8,3%	0	0	0	0	0	0
Manhay	3229	344	11,9%	0	0	0	0	0	0
Marchin	5160	225	4,6%	0	0	0	0	0	0
Martelange	1566	138	9,7%	0	0	0	0	0	0
Meix-devant- Virton	2724	33	1,2%	0	0	0	0	0	0
Merbes-le- Château	4119	87	2,2%	0	0	0	0	0	0
Modave	3753	165	4,6%	0	0	0	0	0	0
Mont-de-l'Enclus	3429	257	8,1%	0	0	0	0	0	0
Musson	4296	403	10,4%	0	0	0	0	0	0
Olné	3782	51	1,4%	0	0	0	0	0	0
Onhayé	3139	128	4,3%	0	0	0	0	0	0
Oreye	3549	232	7,0%	0	0	0	0	0	0
Ramillies	5945	650	12,3%	0	0	0	0	0	0
Rouvroy	2067	190	10,1%	0	0	0	0	0	0
Sainte-Ode	2345	164	7,5%	0	0	0	0	0	0
Saint-Léger	3200	8	0,3%	0	0	0	0	0	0
Silly	8013	542	7,3%	0	0	0	0	0	0
Somme-Leuze	4750	580	13,9%	0	0	0	0	0	0
Stoumont	2996	123	4,3%	0	0	0	0	0	0
Thimister- Clermont	5430	355	7,0%	0	0	0	0	0	0
Tintigny	3778	342	10,0%	0	0	0	0	0	0
Trooz	7731	42	0,5%	0	0	0	0	0	0
Viroinval	5739	116	2,1%	0	0	0	0	0	0
Vresse-sur- Semois	2801	-9	-0,3%	0	0	0	0	0	0
Wasseiges	2582	341	15,2%	0	0	0	0	0	0
Total général	3456775	117259	3,5%	198221	44520	461028	1106613	1810382	523,72

Annexe 6.2 : Résultats de l'étude du nombre de logements dans des rayons de 400 et 700 mètres autour des demandes de permis socio-économique. Evaluation du pourcentage des communes dans lesquelles les seuils préconisés proposés sont en moyenne respectés pour chacun des types de biens .

Biens de consommation Courante				
Communes dans lesquelles les projets commerciaux s'inscrivent	Densité de population (hab/km ²)	Seuil du nombre de logements situés à - 400m proposé selon la densité de population communale	Nombre moyen de logements mesuré sur base du cadastre dans un rayon de 400 mètres autour des demandes de permis	Respect seuil = différence entre nombre de logements mesuré et la valeur seuil
BEAUVECHAIN	171	210	193	-17
BRAINE-L'ALLEUD	720	350	221	-129
BRAINE-LE-CHATEAU	419	300	255	-45
NIVELLES	406	300	242	-58
PERWEZ	150	210	63	-147
RIXENSART	1221	350	289	-61
VILLERS-LA-VILLE	205	250	3	-247
CHASTRE	218	250	203	-47
ORP-JAUCHE	157	210	145	-65
OTTIGNIES-LLN	916	350	270	-80
ATH	214	250	384	134
BELOEIL	218	250	174	-76
BERNISSART	265	250	133	-117
CHIEVRES	135	180	100	-80
FRASNES - LEZ - ANVAING	99	150	171	21
CHARLEROI	1974	350	576	226
FONTAINE-L'EVEQUE	590	350	151	-199
MANAGE	1142	350	499	149
PONT-A-CELLES	294	250	319	69
JURBISE	168	210	210	0
MONS	622	350	204	-146
SAINT-GHISLAIN	321	300	164	-136
MOUSCRON	1327	350	468	118
BRAINE-LE-COMTE	243	250	386	136
ANDERLUES	684	350	227	-123
BEAUMONT	72	120	123	3
BINCHE	536	350	295	-55
ERQUELINNES	216	250	167	-83
LOBBES	172	210	146	-64
MOMIGNIES	60	120	141	21
THUIN	192	210	157	-53
MORLANWELZ	924	350	116	-234
SIVRY-RANCE	64	120	87	-33
TOURNAI	317	300	502	202
FERRIERES	79	150	94	-56
HUY	424	300	65	-235
NANDRIN	157	210	23	-187
WANZE	291	250	204	-46
ENGIS	206	250	446	196
ANS	1174	350	587	237

* Communes dans lesquelles le(s) projet(s) respecte(nt) le seuil en moyenne sont soulignées en vert.

AWANS	321	300	99	-201
AYWAILLE	139	180	27	-153
BEYNE-HEUSAY	1604	350	729	379
CHAUDFONTAINE	820	350	396	46
COMBLAIN-AU-PONT	237	250	351	101
FLERON	1176	350	443	93
LIEGE	2722	350	673	323
OUPEYE	654	350	505	155
BLEGNY	493	300	115	-185
AUBEL	221	250	29	-221
DISON	1029	350	505	155
HERVE	295	250	420	170
LIERNEUX	36	100	162	62
PEPINSTER	386	300	279	-21
RAEREN	137	180	56	-124
SANKT-VITH	63	120	70	-50
SPA	263	250	78	-172
VERVIERS	1637	350	648	298
TROIS-PONTS	36	100	55	-45
CRISNEE	168	210	56	-154
WAREMME	457	300	199	-101
ARLON	224	250	177	-73
AUBANGE	333	300	284	-16
BASTOGNE	84	150	111	-39
HOTTON	88	150	156	6
MARCHE-EN-FAMENNE	141	180	387	207
RENDEUX	33	80	39	-41
BERTRIX	59	120	487	367
BOUILLON	37	100	183	83
SAINT-HUBERT	52	120	215	95
TELLIN	42	100	139	39
WELLIN	44	100	108	8
LIBRAMONT-CHEVIGNY	56	120	119	-1
FLORENVILLE	37	100	131	31
VIRTON	119	180	457	277
DINANT	132	180	133	-47
ROCHFORT	73	120	211	91
ANDENNE	285	250	146	-104
EGHEZEE	142	180	191	11
METTET	103	180	100	-80
NAMUR	613	350	409	59
OHEY	76	150	113	-37
PROFONDEVILLE	227	250	101	-149
SOMBREFFE	216	250	120	-130
SAMBREVILLE	789	350	342	-8
JEMEPPE-SUR-SAMBRE	386	300	210	-90
COUVIN	65	120	244	124
WALCOURT	143	180	69	-111
Pourcentage des communes dans lesquelles le seuil préconisé est en moyenne respecté par les projets de commerces de bien de consommation courante				40,9%

Commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux

Communes dans lesquelles les projets commerciaux s'inscrivent	Densité de population (hab/km ²)	Seuil du nombre de logements situés à - 700m proposé selon la densité de population communale	Nombre moyen de logements mesuré sur base du cadastre dans un rayon de 700m autour des demandes de permis	Respect seuil = différence entre nombre de logements réel et la valeur seuil
WATERLOO	1398	800	1092	292
WAVRE	779	800	445	-355
OTTIGNIES-LLN	916	800	1030	230
ATH	214	600	38	-562
CHATELET	1325	800	1148	348
COURCELLES	672	800	1093	293
GERPINNES	256	600	441	-159
MONS	622	800	1580	780
MOUSCRON	1327	800	2116	1316
BINCHE	536	800	2426	1626
HUY	424	700	298	-402
NANDRIN	157	500	106	-394
AWANS	321	700	115	-585
NEUPRE	308	700	620	-80
AUBEL	221	600	364	-236
DISON	1029	800	1070	270
EUPEN	177	500	76	-424
MALMEDY	119	400	567	167
HANNUT	167	500	148	-352
WAREMME	457	700	218	-482
BASTOGNE	84	300	694	394
RENDEUX	33	150	115	-35
HAMOIS	88	300	686	386
<i>Pourcentage des communes dans lesquelles le seuil préconisé est en moyenne respecté par les projets de commerces de bien de consommation semi-courante peu pondéreux</i>				47,8%

Commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux

Communes dans lesquelles les projets commerciaux s'inscrivent	Densité de population (hab/km ²)	Seuil du nombre de logements situés à - 700m proposé selon la densité de population communale	Nombre moyen de logements mesuré sur base du cadastre dans un rayon de 700m autour des demandes de permis	Respect seuil = différence entre nombre de logements réel et la valeur seuil
BRAINE-L'ALLEUD	720	800	509	-291
JODOIGNE	172	500	762	262
MONT-SAINT-GUIBERT	351	700	238	-462
NIVELLES	406	700	1217	517
PERWEZ	150	500	68	-432
RIXENSART	1221	800	768	-32
TUBIZE	695	800	502	-298
WATERLOO	1398	800	1085	285
WAVRE	779	800	956	156
HELECINE	187	500	414	-86
LASNE	296	600	168	-432
OTTIGNIES-LLN	916	800	92	-708
ATH	214	600	610	10
CHAPELLE-LEZ-	780	800	733	-67

HERLAIMONT				
CHARLEROI	1974	800	663	-137
CHATELET	1325	800	1001	201
FONTAINE-L'EVEQUE	590	800	374	-426
MANAGE	1142	800	1985	1185
FRAMERIES	799	800	487	-313
MONS	622	800	612	-188
QUAREGNON	1682	800	1835	1035
SAINT-GHISLAIN	321	700	229	-471
MOUSCRON	1327	800	222	-578
BRAINE-LE-COMTE	243	600	215	-385
LESSINES	249	600	672	72
BINCHE	536	800	170	-630
THUIN	192	500	508	8
PERUWELZ	278	600	211	-389
HAMOIR	130	400	550	150
HUY	424	700	693	-7
NANDRIN	157	500	158	-342
VILLERS-LE-BOUILLET	187	500	66	-434
WANZE	291	600	167	-433
ANS	1174	800	400	-400
AWANS	321	700	224	-476
AYWAILLE	139	400	228	-172
BASSENGE	220	600	273	-327
LIEGE	2722	800	1209	409
SERAING	1733	800	1110	310
SOU MAGNE	573	800	473	-327
SPRIMONT	174	500	152	-348
GRACE-HOLLOGNE	638	800	688	-112
NEUPRE	308	700	340	-360
AUBEL	221	600	100	-500
BUTGENBACH	57	250	8	-242
EUPEN	177	500	540	40
HERVE	295	600	159	-441
JALHAY	74	250	299	49
LONTZEN	180	500	149	-351
MALMEDY	119	400	34	-366
SANKT-VITH	63	250	120	-130
THEUX	140	400	23	-377
VERVIERS	1637	800	1035	235
WAIMES	70	250	169	-81
FEXHE-LE-HAUT- CLOCHER	159	500	370	-130
HANNUT	167	500	156	-344
SAINT-GEORGES-SUR- MEUSE	314	700	83	-617
WAREMME	457	700	478	-222
ARLON	224	600	100	-500
AUBANGE	333	700	506	-194
MESSANCY	142	400	156	-244
BASTOGNE	84	300	371	71
HOTTON	88	300	119	-181
MARCHE-EN-FAMENNE	141	400	134	-266
NASSOGNE	45	200	89	-111
TENNEVILLE	28	150	132	-18

BERTRIX	59	250	1065	815
WELLIN	44	200	449	249
LIBRAMONT-CHEVIGNY	56	250	130	-120
CHINY	44	200	172	-28
VIRTON	119	400	418	18
BEAURAING	48	200	175	-25
HAMOIS	88	300	640	340
ROCHEFORT	73	250	151	-99
ANDENNE	285	600	933	333
FOSSÉS-LA-VILLE	149	400	123	-277
NAMUR	613	800	469	-331
SOMBREFFE	216	600	236	-364
SAMBREVILLE	789	800	531	-269
JEMEPPE-SUR-SAMBRE	386	700	718	18
GEMBOUX	230	600	435	-165
FLORENNES	81	300	152	-148
PHILIPPEVILLE	54	250	358	108
WALCOURT	143	400	196	-204

Pourcentage des communes dans lesquelles le seuil préconisé est en moyenne respecté par les projets de commerces de bien de consommation semi-courante pondéré

28,6%

Complexes commerciaux

Communes dans lesquelles les projets commerciaux s'inscrivent	Densité de population (hab/km ²)	Seuil du nombre de logements situés à - 700m proposé selon la densité de population communale	Nombre moyen de logements mesuré sur base du cadastre dans un rayon de 700m autour des demandes de permis	Respect seuil = différence entre nombre de logements réel et la valeur seuil
BRAINE-L'ALLEUD	720	800	1252	452
BRAINE-LE-CHATEAU	419	700	304	-396
GENAPPE	159	500	766	266
GREZ-DOICEAU	225	600	171	-429
LA HULPE	469	700	1044	344
TUBIZE	695	800	1351	551
WATERLOO	1398	800	835	35
WAVRE	779	800	733	-67
OTTIGNIES-LLN	916	800	861	61
ATH	214	600	1181	581
BELOEIL	218	600	11	-589
FRASNES - LEZ - ANVAING	99	300	51	-249
CHARLEROI	1974	800	1244	444
CHATELET	1325	800	1019	219
GERPINNES	256	600	311	-289
LES BONS VILLERS	210	600	11	-589
BOUSSU	1005	800	1119	319
JURBISÉ	168	500	219	-281
MONS	622	800	838	38
MOUSCRON	1327	800	1993	1193
ENGHIEU	303	700	425	-275
LA LOUVIERE	1207	800	1490	690
LESSINES	249	600	1321	721
ERQUELINNES	216	600	289	-311
THUIN	192	500	933	433
HAM-SUR-HEURE - NALINNES	293	600	398	-202
MORLANWELZ	924	800	1078	278

ESTAIMPUIS	308	700	120	-580
PERUWELZ	278	600	731	131
TOURNAI	317	700	500	-200
HUY	424	700	470	-230
NANDRIN	157	500	146	-354
WANZE	291	600	273	-327
ANTHISNES	108	400	367	-33
ANS	1174	800	412	-388
AWANS	321	700	209	-491
AYWAILLE	139	400	182	-218
BEYNE-HEUSAY	1604	800	1655	855
FLERON	1176	800	928	128
HERSTAL	1602	800	1468	668
LIEGE	2722	800	1119	319
OUPEYE	654	800	977	177
SERAING	1733	800	456	-344
SOUMAGNE	573	800	827	27
BAELEN	48	200	44	-156
DISON	1029	800	715	-85
KELMIS	578	800	772	-28
LONTZEN	180	500	126	-374
MALMEDY	119	400	439	39
SPA	263	600	279	-321
THEUX	140	400	670	270
VERVIERS	1637	800	1793	993
HANNUT	167	500	167	-333
ARLON	224	600	556	-44
AUBANGE	333	700	796	96
MESSANCY	142	400	93	-306
BASTOGNE	84	300	1067	767
MARCHE-EN-FAMENNE	141	400	242	-158
BERTRIX	59	250	1002	752
BOUILLON	37	200	117	-83
LIBRAMONT-CHEVIGNY	56	250	338	88
FLORENVILLE	37	200	422	222
VIRTON	119	400	583	183
BEAURAING	48	200	580	380
DINANT	132	400	97	-303
HAMOIS	88	300	674	374
ROCHFERT	73	250	470	220
ANDENNE	285	600	1020	420
EGHEZEE	142	400	407	6
NAMUR	613	800	631	-169
SOMBREFFE	216	600	301	-299
SAMBREVILLE	789	800	725	-75
JEMEPPE-SUR-SAMBRE	386	700	469	-231
GEMBLoux	230	600	464	-136
PHILIPPEVILLE	54	250	443	193
WALCOURT	143	400	309	-91
Pourcentage des communes dans lesquelles le seuil préconisé est en moyenne respecté par les projets de commerces complexes commerciaux				50,0%

Annexe 6.3 : Parts modales (moyennes par projet attendues au lieu de travail) des modes de transport alternatifs à la voiture caractérisant les demandes de permis socio-économique des périodes 2000-04 et 2005-08

Toutes les demandes de permis socio-économique localisées précisément								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	2,41%	2,27%	4,20%	3,90%	13,44%	11,90%	20,07%	18,07%
Semi-courant peu pondéreux	2,42%	3,20%	3,91%	5,16%	11,27%	11,93%	17,60%	20,29%
semi-courant pondéreux	2,04%	2,14%	3,61%	4,01%	10,32%	11,28%	15,97%	17,43%
complexe	2,25%	2,53%	4,35%	4,42%	11,49%	10,97%	18,03%	17,93%
Demandes de permis socio-économique acceptées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	2,56%	2,28%	4,48%	3,89%	13,56%	11,99%	20,62%	18,17%
Semi-courant peu pondéreux	1,93%	3,23%	3,60%	4,95%	12,89%	11,94%	18,43%	20,11%
semi-courant pondéreux	2,17%	2,15%	3,78%	4,01%	10,89%	11,35%	16,83%	17,52%
complexe	2,34%	2,62%	4,64%	4,53%	11,95%	11,25%	18,93%	18,41%
Demandes de permis socio-économique refusées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	2,20%	2,03%	3,80%	3,98%	13,26%	10,49%	19,26%	16,50%
Semi-courant peu pondéreux	2,82%	3,06%	4,17%	6,36%	9,93%	11,90%	16,92%	21,32%
semi-courant pondéreux	1,84%	2,04%	3,33%	4,00%	9,40%	10,59%	14,58%	16,64%
complexe	2,11%	2,24%	3,84%	4,09%	10,70%	10,10%	16,49%	16,45%
Demandes de permis socio-économique pour les nouveaux projets commerciaux acceptées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	2,98%	2,38%	4,35%	4,01%	14,22%	11,72%	21,55%	18,12%
Semi-courant peu pondéreux	1,81%	4,01%	3,71%	5,66%	16,02%	13,43%	21,54%	23,10%
semi-courant pondéreux	2,06%	2,33%	3,76%	4,38%	10,09%	11,27%	15,91%	17,98%
complexe	2,06%	2,96%	3,96%	4,88%	14,01%	9,93%	20,02%	17,77%

Demandes de permis socio-économique pour les nouveaux projets commerciaux <1000m² acceptées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	3,13%	2,45%	4,55%	4,10%	12,92%	11,72%	20,60%	18,26%
Semi-courant peu pondéreux	1,81%	2,87%	3,71%	4,94%	16,02%	13,45%	21,54%	21,26%
semi-courant pondéreux	1,83%	2,22%	3,75%	4,12%	9,68%	11,40%	15,27%	17,74%
complexe	2,16%	2,68%	3,67%	4,63%	14,29%	9,61%	20,12%	16,92%
Demandes de permis socio-économique pour les nouveaux projets commerciaux >1000m² acceptées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Courant	2,98%	1,81%	4,82%	3,41%	15,31%	12,37%	23,15%	17,59%
Semi-courant peu pondéreux	2,89%	23,33%	5,42%	17,88%	21,44%	13,13%	29,75%	54,34%
semi-courant pondéreux	2,72%	2,53%	3,64%	4,95%	10,57%	10,92%	16,93%	18,41%
complexe	2,61%	3,08%	4,67%	4,99%	13,66%	10,07%	20,95%	18,14%
Demandes de permis socio-économique pour les nouveaux projets commerciaux >2500m² acceptées (localisées précisément)								
Types d'achat	Part modale Train-travail		Part modale Bus-travail		Part modale Modes lents-travail		Part modale Totale	
	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08	2000-04	2005-08
Semi-courant peu pondéreux	2,89%	/	5,42%	/	21,44%	/	29,75%	/
semi-courant pondéreux	1,83%	1,81%	3,40%	2,93%	8,11%	6,35%	13,33%	11,08%
complexe	3,05%	3,66%	4,59%	5,71%	13,09%	9,88%	20,73%	19,26%

Sources : Cartes d'accessibilité (CPDT), CSEND, Commission Nationale pour la Distribution

ANNEXE 7 RELATIVE AUX PROPOSITIONS DE CRITERES RELATIFS AUX IMPLANTATIONS COMMERCIALES¹

1. INTRODUCTION

Cette annexe vise à permettre au lecteur du rapport synthétique présentant les principaux résultats de l'expertise commerce (Annexe 1) de mieux comprendre comment l'équipe de recherche envisage la mise en œuvre des critères proposés en vue de l'analyse de tout projet futur en matière d'implantations commerciales. Elle comporte également les justifications aux divers choix méthodologiques effectués ainsi qu'une description des limites de nos propositions. Préalablement à la description des trois critères envisagés, nous avons cherché à replacer la problématique de la localisation des implantations commerciales au sein d'une problématique qui nous oblige désormais à repenser notre mode d'organisation de l'urbanisation : la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à la mobilité des personnes.

Pour rappel, notre proposition est qu'à l'avenir, tout projet d'implantation commerciale soit évalué sur base de deux critères principaux :

- un critère macrospatial relatif au respect de la hiérarchie urbaine ;
- un critère microspatial relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture et à la mixité entre commerce et logement.

A ces deux critères principaux s'ajoute un troisième critère secondaire visant à combattre l'urbanisation en ruban le long des routes régionales en dehors des tissus agglomérés via une procédure de permission de voirie.

Cette annexe vise en fait à répondre à quelques questions :

- En quoi la problématique de la réduction des émissions de GES liés au transport peut soutenir l'argumentation liée à nos deux principaux critères ?
- Comment mettre en œuvre le critère relatif au respect de la hiérarchie urbaine ? A quelle échelle doit-il être envisagé ? De quelles données a-t-on besoin pour l'arbitrer et de quelles données dispose-t-on aujourd'hui ? Comment moduler ce critère selon le type de commerce ?
- Comment mettre en œuvre le critère relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture ? Comment le moduler selon le type de commerce ? Comment adapter ce critère aux multiples réalités wallonnes en termes de densité de population et de desserte en transport en commun ?
- Comment appliquer le critère relatif à la lutte contre l'urbanisation en ruban le long des routes régionales ? Quelles sont les règles utilisées à ce propos à l'étranger ? Quelles exceptions à cette règle peuvent être tolérées ?

2. LIENS ENTRE LOCALISATION DU COMMERCE DE DÉTAIL, COMPORTEMENTS DE MOBILITÉ ET RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GES

Il est utile de réfléchir à la localisation optimale du commerce dans la perspective incertaine de l'arrivée prochaine du pic du pétrole et d'une indispensable transition vers une société post-carbone. Il existe cependant de nombreuses incertitudes concernant le délai qu'il reste

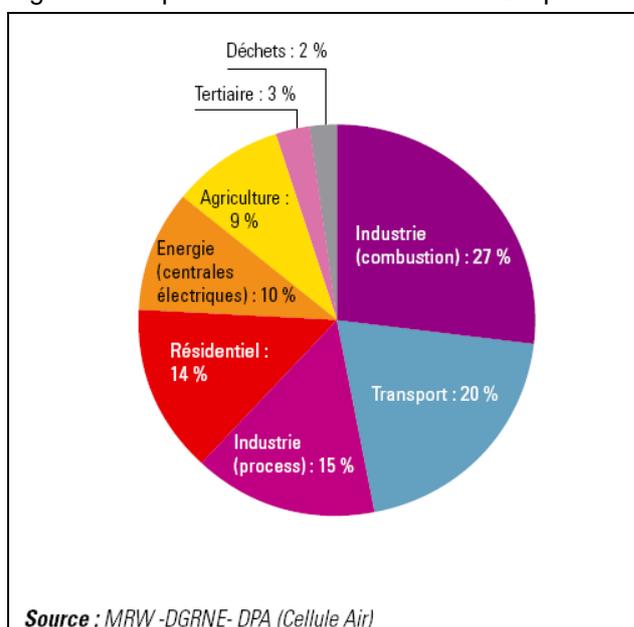
¹ Auteurs : Lambotte J.-M., et Pirart F. (LEPUR-ULg), sous la direction de : B. Mérenne-Schoumaker (LEPUR-ULg)

avant d'être concerné frontalement par ce problème. Par contre, sur le court terme, des obligations s'imposent à nous concernant la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES). Nous pensons dès lors qu'il est nécessaire de recadrer l'enjeu de la localisation du commerce au regard de l'impact que cette activité a aujourd'hui sur ces émissions de GES au travers des déplacements de la clientèle et des travailleurs du secteur.

Pour aborder ce point, précisons d'abord l'ampleur de l'enjeu auquel nous sommes confrontés pour le court terme (horizon 2020). Pour rappel, le "Paquet Energie & Climat" a été présenté le 23 janvier 2008 par la Commission européenne. Pour les secteurs non soumis jusqu'ici à l'ETS (*Emission Trading Scheme* ; c'est-à-dire au système des quotas de CO₂), soit le bâtiment, les transports, l'agriculture et les déchets, l'UE a fixé un objectif européen de réduction de 10 % des émissions en 2020 par rapport aux niveaux de 2005. La Commission a défini en outre un objectif spécifique pour chaque état membre : celui de la Belgique est fixé à -15 %.

Pour la Région wallonne, dans le cadre des secteurs non soumis à l'ETS, les transports et les bâtiments résidentiels sont de loin les deux secteurs les plus émetteurs de CO₂.

Figure 1 : Répartition des émissions de GES par secteur d'activité en Région wallonne (année 2004)

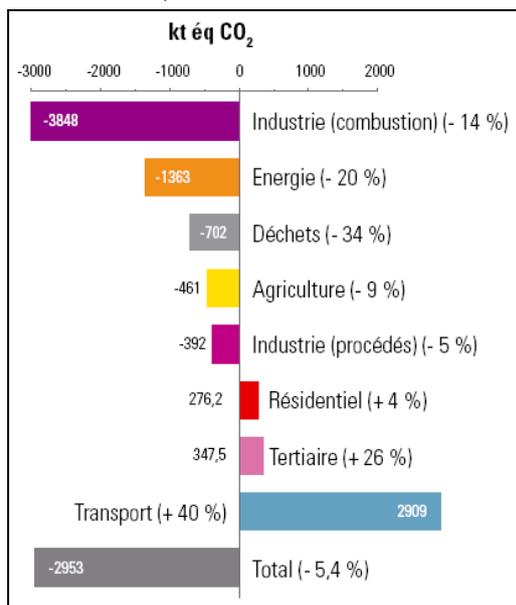


Source : Etat de l'environnement wallon, Rapport analytique 2006-2007, p. 303

Soulignons que le secteur du transport est le secteur qui enregistre la plus forte croissance de ses émissions ces dernières années (Figure 2). Celle-ci a d'ailleurs atteint 40 % entre 1990 et 2004. Il devient donc urgent de s'attaquer aux causes profondes à l'origine de cette explosion.

Il est en outre illusoire de croire que l'on pourra à l'avenir en Région wallonne se passer d'enrayer cette augmentation des émissions de GES liés au transport en reportant les efforts sur d'autres secteurs comme on a pu le faire au cours de ces dix dernières années. En effet, au cours de la dernière décennie, l'effort principal s'est massivement concentré dans le secteur industriel (via les accords de branche) et dans celui de la production d'électricité (remplacement du charbon par du gaz et de la biomasse dans les centrales thermiques, construction d'éoliennes...). De plus, le bon bulletin qu'affiche la Région wallonne ces dernières années quant à la réduction des émissions de GES s'explique grandement par la fermeture de quelques grands outils industriels très énergivores (hauts fourneaux, aciéries, sucreries...).

Figure 2 : Evolution des émissions de GES par secteur d'activité en Région wallonne (kt éq CO₂ entre 1990 et 2004)



Source : Etat de l'environnement wallon, Rapport analytique, 2006-2007, p. 305

Il ne faut pas non plus croire que l'amélioration de la performance énergétique des bâtiments suffira à permettre d'approcher facilement l'objectif global de – 15 % pour les émissions des secteurs non soumis à l'ETS. Il faut à cet égard garder à l'esprit l'existence d'une très grande inertie concernant le parc immobilier existant, son degré d'isolation, son système de chauffage². Malgré les nombreux incitants tant fédéraux que régionaux à cet égard, les nouveaux bâtiments atteignant de hautes performances en termes d'efficacité énergétique ne représenteront à l'horizon 2020 qu'un faible pourcentage du parc de logements. Il en va de même pour la rénovation du parc ancien. Changer de châssis, de chaudière, isoler le toit ou les murs... sont des travaux que ne pourront mener d'ici 2020 qu'une part minoritaire des ménages, notamment en raison des effets de cohorte (il est peu fréquent de procéder à de tels travaux au-delà de 65 ans par exemple). Sur base de ce raisonnement, on doit donc admettre qu'il devient urgent d'enrayer de façon très volontariste la forte croissance des émissions de GES liées au transport.

Pour passer dans ce secteur à une réduction des émissions des GES, il est fondamental de combattre la dépendance à la voiture lors de tout projet immobilier. Pour ce faire, densité, mixité des fonctions et coordination de l'urbanisation avec l'offre en transport collectif doivent désormais guider de manière permanente l'aménagement du territoire. Il ne suffit plus en effet de réfléchir la politique des transports comme celle d'un secteur où l'on peut modifier fortement la pratique en agissant sur le seul volet de l'offre et, encore moins, en adaptant simplement l'offre aux perspectives en matière de croissance de la demande. Pour une question d'efficacité et de capacité budgétaire des pouvoirs publics, il faut au contraire chercher à maîtriser cette demande de mobilité par l'aménagement du territoire (HALLEUX J.-M. ET LAMBOTTE J.-M., 2006). La localisation du commerce de détail est à cet égard un élément important de cette politique de limitation de l'étalement urbain qu'il est urgent de mettre en place.

Il faut en effet se souvenir de la grande importance qu'occupent, au sein de la mobilité des personnes, les déplacements pour le motif achats (soit environ 20 % des déplacements un

² Voir à ce sujet : Thomas I., Querriau X. et Vanneste D., 2006, De quel bois se chauffent les belges ? Analyse des disparités spatiales, in : Les échos du logement, n°4, pp. 1-16

jour moyen³) et les déplacements domicile-travail des travailleurs du secteur commercial (soit environ 10 % de l'emploi présent en Wallonie x 16 % des déplacements un jour moyen)⁴. Au vu de ces chiffres, les achats apparaissent d'ailleurs aujourd'hui comme le principal motif de déplacement de la population wallonne.

La part de la voiture en Région wallonne pour le motif lié aux achats était de l'ordre de 75 % lors de la dernière enquête sur la mobilité des ménages en Wallonie (TOINT. P. et al., 2000, p. 115). Comme, d'ici 2020, les objectifs fixés par l'UE en matière d'émissions de GES pour les secteurs non soumis aux quotas (dont le secteur transport) s'élèvent à moins 15 %, cette valeur peut servir de guide pour orienter les choix de localisation des nouveaux commerces. Bien entendu, une partie de la réduction des émissions de GES liées au transport proviendra de la diminution de la consommation de carburants des véhicules par km parcouru. Cette perspective a toutefois ses limites et est par ailleurs fortement contrebalancée par la croissance démographique attendue pour la période 2005-2020. A cet égard, l'INS prévoit, dans ses prévisions les plus récentes (2007-2060), que la population de la Région wallonne devrait passer de 3 395 942 à 3 751 511 durant ce laps de temps de 15 années, soit une croissance de 10,47 % (ou + 355 569 habitants). Pour la période 2005-2008, près d'un cinquième de cette croissance a déjà été rencontré.

On peut émettre le postulat que l'objectif quantitatif de la stratégie à adopter concernant le commerce serait de parvenir à ce que les nouveaux équipements commerciaux se localisent de façon à atteindre une réduction de 15 % de la part modale de la voiture d'ici 2020. Cette part modale devrait donc chuter à $75 \% \times (100 - 15)/100 = 63,75 \%$. Pour les alternatives à la voiture, l'accroissement relatif de la part modale totale correspondant au passage de 25 à 36,25 % équivaut à une croissance de : + 45 %. Pour ce faire, il convient d'enrayer le déclin de la fonction commerciale dans les centres urbains où se conjuguent bonne accessibilité à pied et en transport en commun. A l'opposé, il s'agit de limiter fortement l'accroissement de l'offre commerciale périphérique sous une forme totalement dépendante à la voiture. Il convient donc que le commerce s'insère désormais dans une forte mixité avec le logement.

Nous pensons que les deux critères que nous proposons d'adopter afin de gérer à l'avenir les implantations commerciales (respect de la hiérarchie urbaine et accessibilité par les alternatives à la voiture) sont en lien direct avec cet enjeu d'une réduction de 15 % des émissions de GES dans le transport. Pour ce second critère, le lien est évident comme on vient de le préciser ci-avant. Atteindre l'objectif d'une part modale de 36,25 % d'ici 2020 pour les alternatives à la voiture ne peut être fait qu'en articulant de façon très fine les développements de l'offre commerciale avec les développements résidentiels. Le critère du respect de la hiérarchie urbaine doit pour sa part être interprété comme un critère visant à minimiser les déplacements de longue distance pour le seul motif achats et à articuler ces déplacements dans des chaînes de déplacements impliquant un minimum de détour au maximum de clients. Ce critère du respect de la hiérarchie urbaine doit donc être compris comme la recherche d'une organisation de l'offre commerciale qui permette d'éviter :

- un surdimensionnement de certaines polarités impliquant de longs trajets en voiture pour une grande partie de la clientèle qui serait amenée à fréquenter cet équipement commercial pour ce seul motif des achats ;
- un sous-dimensionnement de l'appareil commercial de certains pôles, source également de longs trajets.

³ D'après TOINT P., BARETTE P. ET DESSY A., 2000, *Enquête nationale sur la mobilité des ménages (1998-1999) – Contribution de la Région wallonne à l'enquête ménages*, Rapport final, GRT – FNDDP, p. 93. Ce chiffre de 20 % (19,8 % précisément) est obtenu en tenant compte qu'une partie des déplacements pour le motif « retour vers la maison » (soit 34,9 % des déplacements) est lié au motif achat et s'ajoute donc aux 12,9 % des déplacements ayant pour motif « aller faire des courses ».

⁴ D'après TOINT P. et al., 2000, p. 93. Ce chiffre de 16 % (15,5 % précisément) est obtenu en tenant compte qu'une partie des déplacements pour le motif « retour vers la maison » (soit 34,9 % des déplacements) est lié au motif travail et s'ajoute donc aux 10,1 % des déplacements ayant pour motif « aller travailler ».

Il s'agit donc de tenir compte du rôle joué par chaque pôle en tant que pôle d'emploi et de services (scolaire, hospitalier...) et de la desserte en transport collectif.

Soulignons enfin qu'afin d'atteindre les objectifs fixés pour 2020 dans le secteur transport, les pouvoirs publics seront amenés à mettre en œuvre une politique volontariste en vue de rendre, en milieu urbain, une large place dans l'espace public à d'autres modes que la voiture (sites propres pour les bus et les trams, pistes et bandes cyclables, élargissement de certains trottoirs...). Par cette politique, il s'agira de susciter un fort report modal en faveur des modes écomobiles là où ces derniers peuvent rivaliser avec les performances de l'automobile. Lors de telles opérations, on sait que de fortes réticences viendront du secteur du commerce de détail, secteur massivement présent en centre urbain. Si l'on veut éviter de multiples conflits, il va falloir mener une intense concertation avec ce secteur et prendre diverses mesures d'accompagnement pour soulager les impacts négatifs que subiront ses acteurs. Il s'agira aussi d'inciter la population à utiliser désormais plus fréquemment les modes alternatifs à la voiture lors de leurs achats en centre-ville ou lors de tout autre déplacement vers ou au sein des centres-villes. Une condition indispensable à cette politique réside toutefois dans le refus très strict de toute nouvelle offre commerciale supplémentaire s'installant en dehors des centres urbains pour ce qui concerne le commerce qui est la spécificité des centres-villes, c'est-à-dire celui des biens de consommation semi-courante peu pondéreux (vêtements, chaussures, parfums, CD, bijoux...).

3. AFFINAGE DU CRITÈRE MACROSPATIAL : RESPECT DE LA HIÉRARCHIE URBAINE

3.1 LA PHILOSOPHIE DE BASE DU CRITÈRE

Sur le plan de la subsidiarité, il semble utile de limiter l'autonomie communale au respect de certains principes appliqués aux Pays-Bas et en Allemagne. La philosophie globale observée dans de tels pays est d'appliquer la logique du système des places centrales, c'est-à-dire de tenir compte de la position de la polarité commerçante concernée dans la hiérarchie des pôles commerçants pour fixer la taille maximale des nouveaux équipements commerciaux et la nature des produits vendus. Une réflexion à l'échelle supracommunale paraît donc opportune.

Le système des places centrales dans sa version néerlandaise

Comme aux Pays-Bas, il s'agit de chercher à conserver, voire recréer un système hiérarchisé de centres commerçants inspiré de la théorie des places centrales de Christaller⁵. Dans les régions urbaines, ce système s'appuie sur un ensemble hiérarchisé de polarités commerçantes comprenant : le centre-ville (*binnenstad*), des centres commerçants de district (*wijkwinkelcentra*) et des centres commerçants de quartier (*buurtwinkelcentra*). Le centre-ville occupe la position dominante en offrant une gamme très large de biens allant des biens de consommation courante jusqu'à ceux vendus uniquement par des commerces très spécialisés. A l'autre bout de la hiérarchie, de multiples centres commerçants de proximité offrent aux consommateurs la possibilité d'acheter des biens de consommation courante à une courte distance de leur domicile, distance parcourue aisément à pied ou à vélo. Entre ces deux niveaux hiérarchiques, les grandes villes comptent également l'un ou l'autre centre commerçant secondaire (*stadsdeelcentra*) offrant à la fois des biens de consommation courante et des biens semi-courants nécessitant une aire de chalandise comportant un grand volume de population (par exemple plus de 5 000 ou 10 000 habitants). On retrouve là la logique du renforcement de polarités secondaires traditionnelles des grandes agglomérations à l'image, en Wallonie, du centre de localités telles que Jemappes, Gilly,

⁵ Cette théorie des places centrales (*die zentralen Orte*) a été développée au début des années 1930 par le géographe allemand W. Christaller. Voir à ce sujet : MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 2008, pp. 97-99.

Gosselies, Bouge, Jambes, Ans, Fléron ou Jemeppe-sur-Meuse. Depuis les années 1950, tous les nouveaux grands quartiers d'habitation au sein des villes néerlandaises furent – quasi automatiquement – équipés d'un petit centre commercial de proximité et de services tels que des écoles et un centre médical. Le Provinciaal Omgevingsplan (POL 2006) du Limbourg néerlandais précise ainsi que « *Les quartiers d'habitat doivent offrir des emplacements destinés à l'accueil d'un équipement commercial à part entière pour les achats quotidiens (avec les centres commerçants secondaires et les centres de quartier)* ».

Appliquée au milieu rural, cette logique des places centrales limitant l'offre en hypermarchés en périphérie des villes grandes ou petites, permet le maintien d'une offre commerciale de proximité au centre de nombreuses localités (quitte à ce que soient menées des petites opérations immobilières permettant la création de supérettes ou petits supermarchés surmontés d'appartements). Le POL 2006 du Limbourg néerlandais précise ainsi en ce qui concerne les espaces ruraux que les commerces de détail et supermarchés de dimension limitée à rayonnement local peuvent s'établir dans le centre des villages. Les grands commerces d'envergure régionale en ce compris ceux vendant des biens de consommation semi-courante ne peuvent s'implanter que dans six centres importants clairement nommés de cet espace rural (dont trois localités proches de la frontière belge : Gulpen, Valkenburg et Vaals). Toutefois, ces grands équipements commerciaux ne peuvent constituer une menace pour la vitalité du commerce dans les pôles urbains proches. Seules en effet les huit villes principales de la Province peuvent accueillir des équipements rayonnant sur une vaste sous-région. Aux Pays-Bas, c'est la Province qui est le niveau de pouvoir chargé du respect de la hiérarchie urbaine pour ce qui concerne la localisation des équipements commerciaux de rayonnement supracommunal.

Comment transposer ce modèle en Région wallonne ?

Ce principe du respect de la hiérarchie urbaine se pose en des termes différents selon que l'on envisage le commerce de biens de consommation courante (vis-à-vis duquel on recherche une relative dispersion) et le commerce de biens de consommation semi-courante (vis-à-vis duquel est recherchée une relative concentration spatiale dans les centres urbains).

Pour les commerces de biens de consommation courante, il s'agirait de favoriser la poursuite de la tendance au redéploiement d'une offre commerciale de proximité, en particulier là où ce type de commerce a longtemps déserté (dans les villages et dans certains quartiers urbains excentrés et à l'écart des grands axes de circulation). Pour des raisons sociales et de mobilité, poursuivre une telle politique devrait permettre à une grande partie des personnes non ou peu motorisées d'accéder plus aisément au commerce et à maximiser le recours à la marche à pied pour l'accès à ce type de commerce. Même dans le cas hypothétique où, en appliquant le critère du respect de la hiérarchie urbaine, on constate qu'une polarité est en déficit d'offre commerciale pour les achats courants de plusieurs milliers de m² commerciaux, nous pensons qu'il est préférable de répartir cette nouvelle offre sur plusieurs polarités distribuées dans des quartiers différents. Via cette relative dispersion, il s'agit de favoriser le recours à la marche à pied pour un maximum de clientèle potentielle. La crise du modèle des hypermarchés tend à conforter la pertinence d'une telle logique. Pour ce type d'achats, ce critère devrait donc correspondre à une logique de concentration décentralisée visant à favoriser un équipement commercial de base dans les quartiers et villages non ou insuffisamment desservis.

Pour le commerce de biens de consommation semi-courante, au niveau régional, il serait utile de préciser la hiérarchie urbaine de l'offre commerciale en identifiant clairement les localités qui sont amenées à jouer un rôle supralocal afin d'y concentrer l'offre commerciale susceptible d'avoir un tel rayonnement.

Lorsque des projets commerciaux concernant des achats courants ou semi-courants seraient supérieurs à une certaine taille (par exemple 400 m²), nous proposons que soit

menée au niveau régional de façon systématique une vérification du respect du critère de la hiérarchie urbaine. En deçà de ce seuil de superficie, ce critère serait considéré d'office comme respecté. Dans une telle configuration, la tutelle régionale n'aurait pour unique tâche que de vérifier que les critères relatifs à l'échelle microspatiale sont respectés.

Pour chaque polarité ainsi retenue pour son rôle supralocal, son niveau hiérarchique serait déduit du volume de population que son offre commerciale parvient à attirer (cf. résultats de l'enquête KUL/ULg de 1994 sur les pôles commerçants fréquentés par la population belge). Ce volume de population devrait être déduit quant à lui en tenant compte à la fois de la population résidant au sein de ce pôle et du poids de ce pôle en tant que centre d'emploi et de services. Pour juger si un projet commercial peut-être accepté, il serait utile de comparer l'offre commerciale de la polarité existante en termes de m² de surface de vente distribués selon les principaux types d'assortiments avec l'offre commerciale d'un nombre significatif de pôles commerçants du même niveau hiérarchique. Un projet serait jugé favorablement en examinant, pour chaque grand type d'assortiment, si la condition suivante est remplie : en ajoutant le nombre de m² de vente prévus au sein du projet à l'offre préalablement existante dans la polarité, on ne dépasse pas d'un certain pourcentage le nombre de m² moyen pour ce type d'assortiment présent dans les polarités du même niveau hiérarchique. Ce pourcentage devrait essentiellement varier en fonction d'une estimation de la croissance de la population future de la sous-région en question au vu de l'évolution de la population au cours de la dernière décennie. Si cette croissance démographique attendue est nulle ou négative, ce pourcentage pourrait être de zéro ou au minimum s'en rapprocher fortement.

Réaction des experts à cette logique

Nous avons soumis ce type de logique à une série d'experts rencontrés dans le cadre de la phase de cette expertise consistant en l'analyse des tendances relative à l'offre et à la demande en matière d'implantations commerciales (experts représentant l'UCM, la FEDIS, l'AMCV, la Chambre belgo-luxembourgeoise de centres commerciaux, ATRIUM...). Dans ce cadre, plusieurs d'entre eux nous ont objecté qu'une analyse de ce type se limitant à une simple comptabilisation des surfaces de vente par assortiment n'est pas optimale car elle simplifie trop la problématique commerciale. D'une part, tout m² commercial ne se vaut pas (un m² de chez JBC n'a pas le même impact qu'un m² de chez H&M). D'autre part, certains projets commerciaux visant à renforcer l'offre commerciale de centre-ville peuvent à leurs yeux se justifier même là où des indicateurs quantitatifs semblent indiquer une suroffre commerciale au cas où la zone de chalandise primaire de ce pôle souffre d'une forte évansion commerciale. Un exemple présenté à ce propos est le cas de Charleroi. Les enquêtes menées lors de l'élaboration du Schéma de développement commercial de l'agglomération de Charleroi ont ainsi montré que la zone d'influence de Charleroi était caractérisée par une évansion commerciale marquée pour les secteurs de l'équipement de la maison et pour l'équipement de la personne malgré une offre commerciale très importante sur base du seul indicateur du nombre de m² commercial par 1 000 habitants de revenu moyen. Dans le premier cas, la moitié de l'évansion commerciale s'explique par l'attractivité de l'enseigne IKEA absente sur la zone d'influence carolorégienne. Dans le deuxième cas, Namur représente 36 % de l'évansion en équipement de la personne. Pourtant, sur le plan de l'indicateur nombre de m² commercial par 1 000 habitants, l'agglomération de Namur est moins bien dotée que la région de Charleroi. En conclusion, l'attractivité ne se mesure donc pas uniquement à son nombre de m² mais également à la qualité de son commerce et de son environnement (D'après : CALONGER J.-L., 2008, p. 23).

Dans une logique de développement durable, des projets commerciaux qui permettent de réduire l'évansion du pouvoir d'achat dans la zone de chalandise primaire d'un pôle commerçant peuvent s'avérer d'une grande utilité notamment sur le plan des émissions de GES. Sous le couvert de cette volonté de réduire l'évansion commerciale caractérisant le centre-ville de certains pôles urbains, il faut toutefois éviter qu'un centre commercial clairement surdimensionné vienne s'ajouter à l'offre préalable de centre-ville de sorte que ce

nouveau complexe phagocyte une très large partie de l'activité commerciale de ce centre-ville. Dans un tel cas de figure, les risques sont en effet grands d'assister à une multiplication de friches commerciales dans diverses polarités commerciales proches, ce qui est contraire à l'intérêt régional, mais aussi dans les parties du pôle commerçant directement concerné par le projet situées au-delà des lieux de passage des flux de piétons générés par ce complexe. Il est évident qu'un tel scénario nuirait à l'attractivité globale du pôle urbain en question. Au contraire, il convient que, par sa bonne localisation au sein même ou au voisinage immédiat des principales rues commerçantes d'un tel pôle et par son dimensionnement adéquat, il serve à renforcer l'ensemble de cette polarité.

Le nécessaire monitoring permanent de l'offre commerciale

Pour envisager un tel traitement des demandes, il est indispensable de disposer d'un monitoring régulier des points de vente au niveau régional permettant d'évaluer à différentes échelles l'offre commerciale. A cet égard, avec la France et ses ODEC (Observatoires départementaux de l'équipement commercial), les Pays-Bas sont en pointe dans ce domaine. Ainsi, pour appuyer sa propre politique et aider les communes dans le cadre des décisions à prendre touchant les implantations commerciales, la Province du Limbourg a mis sur pied un monitoring du commerce de détail dans l'ensemble de son territoire (*Detailhandelsmonitor Limburg 2006*)⁶. Au travers de ce document, la Province a quantifié pour 2006 les superficies commerciales et le nombre de points de vente par sous-région (chacune des sept agglomérations + l'espace campagnard). Ces mêmes comptages ont été ventilés par assortiment et par type de localisation (centre-ville, polarités secondaires et noyaux commerçants de quartier - regroupés sous le vocable *ondersteunende centra* -, zone d'activités économiques ou implantation solitaire...). Une évolution 2002/2006 et une évolution 2005/2006 ont même été calculées selon ces diverses distributions. C'est sur base d'une comparaison de l'offre commerciale à Maastricht par rapport aux autres villes du Limbourg néerlandais (déficit en équipements de la maison, bricolage, en électroménager... opposé à une surreprésentation du vêtement et de la chaussure) que la ville de Maastricht a déterminé ses objectifs quantitatifs quant à l'offre commerciale à atteindre à l'horizon 2015. Ces objectifs ont été évalués à l'occasion de la rédaction de sa note communale sur le commerce de détail (*Detailhandelsnota 2008*)⁷.

La mise sur pied d'un tel monitoring en Région wallonne pose d'évidents problèmes à propos de la collecte des données. Si l'offre commerciale formée par tous les équipements de plus de 400 m² est assez aisée à recenser grâce à la délivrance du permis socio-économique, il n'en va pas de même pour les milliers de points de vente dont la taille est inférieure à cette valeur. Cette problématique du monitoring mérite des investigations complémentaires lors de la prochaine subvention. Il serait intéressant à ce propos de mieux connaître les sources de données utilisées dans les monitorings mis au point chez nos voisins. Il convient également d'investiguer, pour le territoire de la Région wallonne, du côté de la Banque Carrefour des Entreprises (BCE). Le recours à une base de données régulièrement remise à jour telle que la BCE semble une nécessité pour inscrire dans la durée le monitoring nécessaire à la mise en œuvre de ce critère.

3.2 AFFINAGE DU CRITÈRE HIÉRARCHIE URBAINE

3.2.1 Réflexion théorique sur la façon d'appréhender ce critère

Comme cela a été exprimé lors d'un comité de pilotage de la présente expertise, ce critère doit s'intégrer dans une vision volontariste de ce qu'est la hiérarchie des pôles urbains. Plus précisément, il s'agit d'éviter de renforcer les pôles commerçants périphériques

⁶ Voir le site : <http://www.limburg.nl/upload/pdf/Detailhandelsmonitor%20Limburg%202006.pdf>

⁷ Voir le site : www.maastricht.nl/maastricht/show/id=331658

monofonctionnels tels que Châtelineau, Messancy, Boncelles,.. mais au contraire d'assurer une répartition équitable de la fonction commerciale tenant compte de l'importance des différentes polarités pour une grande diversité de fonctions générant des déplacements susceptibles de se combiner avec des achats. Il s'agit de tenir compte de l'influence que joue chaque pôle dans les diverses fonctions faisant la ville (les services administratifs, les services à la personne, la scolarité, l'hôpital...) au vu des motifs s'articulant au motif achat dans les chaînes de déplacements.

A ce sujet, il serait utile de creuser les motifs de déplacements qui s'enchaînent avec celui des achats. L'enquête MOBEL réalisée en 1999 par le Groupe de Recherche sur les Transports (GRT) des FNDP n'apporte pas de réponse très précise à ce propos. Si le chaînage des motifs de déplacements est une des thématiques traitées (HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002, pp. 198-199), la typologie des motifs de déplacements retenus dans le cadre de cette étude n'est pas assez fine que pour en tirer des enseignements très pertinents. Selon l'IWEPS, cette enquête va être remise à jour grâce au projet BELDAM. Ce dernier devrait démarrer en septembre 2009. Au vu de l'importance accordée à cette logique des chaînes de déplacements dans les enseignements de l'enquête MOBEL, on peut espérer que cette thématique sera exploitée avec encore plus d'attention lors de cette prochaine enquête.

Avant de se lancer dans diverses pistes pour appréhender ce que peut être cette hiérarchie urbaine et comment arbitrer l'offre commerciale sur cette base, il est bon d'identifier une série de questions auxquelles il serait bon de répondre :

- A quelle échelle faut-il analyser cette hiérarchie urbaine ?
- La hiérarchie urbaine prise en compte doit-elle varier selon la nature des achats vendus ?
- La hiérarchie urbaine doit-elle être pensée de façon à faire rentrer l'ensemble des polarités urbaines dans un nombre limité de classes de sorte que ce classement soit relativement immuable (à l'image de l'Allemagne et de ses trois niveaux dans la hiérarchie des places centrales - *oberzentren*, *mittelzentren* et *kleinzentren* -⁸) ou doit-elle être envisagée de façon continue et évolutive (à l'image d'une distribution de type loi rang-taille, loi bien connue en géographie urbaine⁹) ?

A propos de la première question, une réponse peut déjà être apportée à ce stade. Il nous paraît important de pouvoir distinguer des grosses polarités clairement séparées dans une même commune et dont les aires de chalandise ne se recouvrent que partiellement. Il est en effet utile de pouvoir associer un niveau hiérarchique pour Rocourt qui soit différent de celui de Liège-Centre. Idem pour Gosselies vis-à-vis de Charleroi, Jemappes vis-à-vis de Mons ou Bouge vis-à-vis de Namur. Si l'échelle communale actuelle semble donc peu opportune, celle des anciennes communes paraît adéquate. A contrario, nous pensons que se référer à une plus grande échelle, celle des quartiers, paraît difficile pour traiter l'ensemble du territoire wallon. De plus, descendre à un tel niveau de précision risquerait de faire double emploi avec le critère microspatial, celui de l'accessibilité par les alternatives à la voiture.

Pour les secondes et troisièmes questions, nous pensons qu'il est encore un peu tôt pour répondre de façon définitive. Notons toutefois déjà que la logique néerlandaise relative au respect de la hiérarchie urbaine différencie clairement une logique de relative dispersion pour les commerces d'achats courants et une forte concentration pour les commerces d'achats semi-courants peu pondéreux.

Concernant le choix entre un classement des polarités en un nombre limité de classes au sein desquelles l'hétérogénéité serait effacée ou une approche plus continue de cette réalité

⁸ Voir à ce sujet l'Annexe 3 de l'Etat d'avancement de cette expertise du mois de février 2009.

⁹ Voir à ce sujet B. MÉRENNE SCHOUMAKER, 2005, pp. 22-23.

urbaine, nous penchons a priori pour la seconde logique. En effet, dans le cadre de la loi rang-taille, « *quand les données le permettent cette loi rend souvent assez bien compte d'un classement hiérarchique sans néanmoins permettre la plupart du temps l'identification de niveaux distincts surtout au bas de la hiérarchie* » (B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 2005, p. 23). Toutefois, il apparaît utile de trouver un compromis entre ces deux approches car celle retenant un nombre limité de classes a un intérêt pour communiquer auprès du public car elle simplifie une réalité complexe à appréhender.

A propos de ce critère, il nous semble nécessaire d'éviter que ce dernier ne ressemble trop à celui actuel du permis socio-économique consacré à l'impact sur le commerce existant afin de ne pas être en contradiction avec l'esprit de la Directive Services. Il ne faut donc pas l'envisager en s'interrogeant de façon explicite sur les commerces qui seront sans doute amenés à fermer ou à dégager du personnel en cas d'ouverture du projet envisagé. Pour ce faire, il nous paraît utile de centrer la justification de ce critère sur le thème du développement durable, en particulier au niveau de la mobilité. Comme exposé ci-dessus au point 3.1, le principe de ce critère doit être de minimiser les déplacements liés aux achats impliquant de longues distances à parcourir sauf pour ceux s'intégrant aux chaînes de déplacement liées à l'emploi ou à la fréquentation d'autres services et excepté pour ceux qui, de par leur localisation idéale, peuvent s'effectuer en transport en commun par un maximum de la population résidant dans l'aire de chalandise du projet. Pour ce faire, il convient donc d'éviter à la fois le surdimensionnement de l'équipement commercial de certains pôles et le sous-dimensionnement d'autres polarités.

Pour tenter d'appréhender ce que doit être la hiérarchie urbaine, le recours à diverses sources semble nécessaire :

- la hiérarchie urbaine de VAN HECKE ;
- la hiérarchie des pôles commerçants selon l'enquête KUL/ULg pour les achats courants et semi-courants ;
- la hiérarchie basée sur l'offre commerciale (abordée selon plusieurs angles, faute de données complète sur l'offre toutes branches commerciales confondues : offre en m² de commerces alimentaires, points de vente des enseignes du commerce de vêtements (thèse de doctorat de G. Devillet), nombre de points de vente selon le cadastre au sein des noyaux commerçants).

Tandis que la première approche aborde réellement la hiérarchie urbaine dans sa vision multifonctionnelle, les deuxième et troisième approches sont quant à elles centrées sur la seule fonction commerciale. Elles permettent toutefois d'approcher le lien devant exister entre l'offre commerciale associée à différentes polarités pour différents types de commerces et leur position dans cette hiérarchie urbaine tenant compte de la distribution actuelle de l'offre. Celle-ci n'est certes pas en accord parfait avec la hiérarchie urbaine au sens multifonctionnelle mais il existe toutefois un lien indéniable hérité du passé et que les autorités publiques ont tenté tant bien que mal de préserver jusqu'ici via l'outil du permis socio-économique. C'est en s'intéressant à ces deuxième et troisième approches que l'on peut le mieux envisager quelle attitude avoir vis-à-vis d'un projet commercial. Il conviendra en effet de ne pas se poser uniquement comme question : quelle est le niveau dans la hiérarchie urbaine du pôle (au sens ancienne commune) dans laquelle s'insère le projet tenant compte de son volume de population, de son rôle en tant que centre d'emploi et de services ? Il faudra également s'interroger sur :

- quelles sont les communes qui font partie du même niveau dans la hiérarchie ?
- quelle est l'offre moyenne en termes de surface de vente (tenant compte de la ventilation des m² par branche commerciale) dans ces polarités servant de référence ?
- quelle est l'offre commerciale du pôle dans lequel s'inscrit ce projet (tenant compte de la ventilation des m² par branche commerciale) ?

- quand on additionne la surface de vente du projet avec celle préexistante au sein de la polarité, jusqu'à quel pourcentage en plus de l'offre moyenne des polarités du même niveau hiérarchique est-il acceptable d'arriver ?

Pour chacune de ces trois approches, nous allons décrire les données ayant été utilisées pour construire cette hiérarchie. Nous allons en présenter les principaux enseignements. Pour conclure, nous préciserons les avantages et inconvénients de chaque source.

3.2.1.1 Hiérarchie urbaine du Professeur VAN HECKE.

a) Description de la méthodologie utilisée et présentation de ses résultats :

Le Professeur ETIENNE VAN HECKE de la KULeuven a élaboré au milieu des années 1990 un classement de la hiérarchie des communes pour l'ensemble des 589 entités communales constituant la Belgique. Pour ce faire, il a eu recours à un ensemble de données sur la présence/l'absence ou sur l'importance de différents services présents au sein de chaque commune. Huit groupes de services/fonctions ont ainsi été examinés (VAN HECKE, 1998) :

- les soins de santé et l'accompagnement social (hôpitaux de taille variable selon le nombre de lits, polycliniques, services sociaux...);
- les sports, loisirs et secteur horeca (hall sportif, exploitants d'installations sportives, casinos, hôtels, restaurants);
- la fonction communications (gares de chemin de fer, lignes d'autobus¹⁰);
- les services avec fonction de guichet (ONEM, bureaux d'intérim, bureau de recettes des contributions, la Poste et les banques);
- les fonctions de pouvoirs publics (chef-lieu d'arrondissement ou de province, centres judiciaires, gendarmerie, pompiers et cultes);
- la culture (académies, cinémas, centres culturels, salles de concerts, théâtres et musées);
- l'enseignement (enseignement secondaire, supérieur non universitaire, supérieur universitaire et centres PMS);
- le commerce de détail (présence ou absence d'une trentaine de banches commerciales + prise en compte du nombre de magasins).

Pour chaque fonction, un certain nombre de points a été accordé à chaque commune en faisant en sorte qu'au total, la somme des points pour chaque fonction soit égale à 1000 ou 500 pour l'ensemble de la Belgique. Le score global de 500 points pour le pays a été retenu pour les sports, loisirs et horeca, les transports publics, les pouvoirs publics et la fonction de guichet vu que ces fonctions semblaient moins refléter la hiérarchie urbaine que les quatre autres fonctions. Sur cette base, chaque commune s'est vue attribuée un score global en valeur absolue concernant son équipement.

Dans un second temps, le Professeur VAN HECKE a utilisé les résultats de l'enquête KUL-ULg de 1993-1994 menée dans le cadre d'un projet financé par les FNRS en collaboration avec le service du Professeur B. MÉRENNE-SCHOUMAKER. Cette enquête portant sur les localités dans lesquels la population se rend pour l'achat de biens ou la consommation de services a été menée auprès des parents des élèves de 5^e et 6^e années du secondaire via les professeurs de géographie. 30 000 personnes ont répondu à cette enquête. Au sein de cette enquête, il a été tenu compte du côté zappeur de la majorité de la population. Pour ce faire, a été prise en compte la fréquence des achats entre les diverses polarités fréquentées (VAN HECKE E., 1998, pp. 53-54) – Voir ci-après le point 3.2.2.

Il a ensuite combiné les résultats de cette enquête concernant les flux internes à la commune (part de la population de la commune X déclarant fréquenter les commerces et services de la commune X) et les flux externes (part de la population de la commune X

¹⁰ Prise en compte du nombre de lignes et du produit de la multiplication du nombre de lignes par la fréquence.

déclarant fréquenter les commerces et services de la commune Y) ainsi que les équipements présents dans chaque commune. Cette combinaison des résultats a permis au Professeur VAN HECKE de distinguer, parmi les 589 communes de Belgique celles qui pouvaient être considérées comme des grandes villes, des villes régionales, des petites villes et des communes n'ayant pas (ou fort peu) d'effet polarisateur sur les entités voisines.

Pour ce faire, à chaque niveau de ville, il a été tenu compte du score d'équipement et de l'existence d'une zone d'influence pour un nombre limité de fonctions caractéristiques du niveau de la hiérarchie urbaine considéré. Pour les grandes villes, ces fonctions retenues sont les achats exceptionnels, les hôpitaux, les cinémas, les théâtres, les opéras et la fréquentation des concerts. Pour les villes régionales, sont pris en compte les achats périodiques et exceptionnels, les hôpitaux, les cinémas, les théâtres, les opéras, les concerts ainsi que les restaurants. Pour opérer la sélection des petites villes (associées à la fourniture de biens et services périodiques), il a été tenu compte des fonctions suivantes : les achats de biens périodiques, l'enseignement secondaire, les hôpitaux et polycliniques, les cinémas, les théâtres, les concerts ainsi que les restaurants (VAN HECKE E., 1998, pp. 54-55).

A l'issue de ce travail, le professeur VAN HECKE fournit un classement de la hiérarchie urbaine sur base des entités communales post-fusion des communes. Le tableau 1 ci-après fournit ce classement en distinguant les communes selon leur place au sein de la typologie des niveaux hiérarchiques (grande ville, ville régionale, petite ville, commune sans effet polarisateur notable). Tant au niveau des petites villes que des communes sans effet polarisateur supralocal important, il distingue trois catégories de communes selon l'importance de l'équipement qu'elles proposent. Il mesure aussi un score relatif à l'équipement, score fourni sous forme d'une valeur relative à la médiane de toutes les communes regroupées au sein d'un même niveau.

Tableau 1 : Résultats de l'analyse de la hiérarchie urbaine pour les 262 communes wallonnes selon le professeur E. Van Hecke – Score d'équipement par niveau hiérarchique

Grandes villes					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>		
Liège	85	Charleroi	68		
Villes régionales					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Mons	166	Tournai	105	La Louvière	84
Namur	160	Verviers	89	Arlon	73
Petites villes bien équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Huy	144	Wavre	103	Marche-en-Famenne	87
Mouscron	137	Eupen	94		
Nivelles	124	Ath	94		
Petites villes moyennement équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Ottignies-LLN	189	Bastogne	107	Spa	82
Dinant	118	Waremme	91	Ciney	77
Virton	111	Libramont	84	Malmedy	69
Petites villes faiblement équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Seraing	206	Waterloo	109	Jodoigne	77
Sambreville	192	Péruwelz	105	Chimay	72
Saint-Ghislain	145	Binche	89	Saint-Vith	70
Braine-l'Alleud	130	Philippeville	83	Couvin	70
Gembloux	128	Visé	81	Hannut	60
Soignies	122	Andenne	81		
Communes (non urbaines) bien équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Châtelet	262	Bertrix	106	Houffalize	88
Herstal	216	Lessines	105	La Calamine	87
Boussu	187	Braine-le-Comte	104	Quaregnon	85
Leuze-en-Hainaut	140	Morlanwelz	104	Esneux	83
Thuin	139	Aywaille	100	Messancy	81
Montigny-le-Tilleul	133	Herve	99	Manage	81
Fleurus	132	Bouillon	99	Frameries	81
Saint-Hubert	126	Vielsalm	98	Florenville	80
Neufchâteau	125	Rixensart	97	Amay	79
Flémalle	120	Beauraing	97	Aubange	79
Tubize	119	Welkenraedt	97	Stavelot	77
Beloeil	117	Florennes	96	Walcourt	75
Courcelles	117	Durbuy	95	Chaufontaine	73
Enghien	111	Comines-Warneton	93	Erquelines	72
Dour	110	Fléron	91	Fontaine-l'Evêque	70
Ans	110	Saint-Nicolas	89		
Rochefort	109	Colfontaine	88		
Communes (non urbaines) moyennement équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>
Yvoir	263	Blégny	114	Hamoir	80
Grâce-Hollogne	204	Paliseul	114	Le Roeulx	79
Lobbes	200	Bassenge	113	Hastière	77
Bernissart	180	Quiévrain	113	Mettet	77
Oupeye	177	Lasne	109	Ecaussines	77
Eghezée	173	Momignies	107	Ham-sur-Heure-Nalinnes	75

Theux	163	Beyne-Heusay	107	Quévy	75
Fosses-la-Ville	161	Waimès	105	Anhée	73
Gerpinnes	159	Beauvechain	104	Vresse-sur-Semois	73
Chapelle-lez-Herlaimont	155	Gedinne	104	Jurbise	71
Dison	154	Chièvres	104	Estinnes	71
Anderlues	152	Sainte-Ode	104	Villers-le-Bouillet	70
Soumagne	150	Havelange	102	Engis	70
La Hulpe	146	Rebecq	102	Nandrin	70
Braine-le-Château	146	Aubel	102	Ouffet	70
Jemeppe-sur-Sambre	145	Raeren	102	Martelange	68
Court-Saint-Etienne	141	Bullange	100	Floreffe	68
Genappe	139	Trois-Ponts	98	Hotton	68
Grez-Doiceau	138	Houyet	91	Awans	66
Sprimont	138	Chiny	91	Neupré	66
Antoing	136	Sivry-Rance	91	Gouvy	66
Perwez	134	Estaimpuis	89	Gesves	66
La Roche-en-Ardenne	134	Profondeville	88	Erezée	64
Plombières	132	Ferrières	88	Tellin	64
Pont-à-Celles	130	Limbourg	88	Sombreffe	64
Farciennes	129	Viroinval	86	Pecq	63
Honnelles	125	Lierneux	86	Les Bons Villers	63
Habay	125	Amblève	86	Marchin	63
Pepinster	123	Butgenbach	86	Wellin	61
Etalle	121	Trooz	84	Villers-la-Ville	59
Beaumont	118	Seneffe	84	Aiseau-Presles	59
Frasnes-lez-Anvaing	118	Nassogne	82	Saint-Georges-sur-Meuse	59
Wanze	118	Chaumont-Gistoux	80	Ellezelles	57
Ittre	116	Orp-Jauche	80	Hamois	57
Comblain-au-Pont	116	Tintigny	80	Lens	55
Communes (non urbaines) faiblement équipées					
<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	<i>Score</i>	<i>Nom</i>	
Hensies	159	Verlaine	114	Fexhe-le-Haut-Clocher	77
Tenneville	150	Vaux-sur-Sûre	114	Donceel	77
Burg-Reuland	145	Cerfontaine	114	Hélocine	73
Dalhem	145	Geer	109	Rumes	73
Doische	136	Modave	109	Attert	73
Flobecq	132	Fernelmont	109	Herbeumont	68
Juprelle	132	La Bruyère	105	Lincet	64
Baelen	132	Bièvre	105	Burdinne	64
Silly	132	Froidchapelle	100	Olné	64
Stoumont	132	Musson	100	Léglise	59
Walhain	132	Rendeux	100	Berloz	59
Mont-de-l'Enclus	132	Lontzen	95	Wasseiges	59
Jalhay	132	Remicourt	91	Tinlot	59
Libin	132	Saint-Léger	91	Rouvroy	55
Assesse	132	Somme-Leuze	91	Héron	55
Mont-Saint-Guibert	127	Ramillies	86	Thimister-Clermont	50
Crisnée	123	Brugelette	86	Faimes	50
Chastre	123	Brunehaut	86	Bertogne	50
Braives	123	Anthisnes	86	Daverdisse	50
Celles	118	Merbes-le-Château	82	Incourt	45
Oreye	118	Onhaye	82	Meix-devant-Virton	36
Manhay	118	Ohey	77		
Clavier	118	Fauvillers	77		

Source : Van Hecke E., 1998, pp. 73-76

Légende : Score exprimé par rapport à la médiane = 100 dans chaque niveau. Les pôles du SDER sont indiqués en gras.

b) Avantages et inconvénients d'une telle approche :

Avantage :

1) L'avantage majeur de cette approche réside principalement dans les multiples fonctions prises en compte. L'intérêt est donc plus lié à la méthodologie utilisée qu'aux résultats eux-mêmes. Les diverses fonctions ainsi retenues dans cette étude méritent en effet d'être prises en compte pour appréhender quelle est la place de chaque polarité dans la hiérarchie urbaine.

Inconvénients :

1) Cette hiérarchie urbaine n'a été construite qu'à l'échelle communale. Il n'est donc pas possible de distinguer la position de Rocourt de celle de Liège dans la hiérarchie urbaine, ni celle de Châtelineau de celle de Châtelet...

2) Un second inconvénient réside dans le caractère assez ancien de cette hiérarchie (données recueillies milieu des années 1990 principalement). Depuis lors, diverses modifications ont été enregistrées concernant la répartition spatiale de ces divers services (fermeture de nombreux bureaux de poste, gares, banques..., réouverture de quelques gares, points poste..., réorganisation hospitalière...).

3) Vu qu'une partie importante des achats s'opèrent non pas à l'occasion de trajets vers les divers services ainsi recensés mais en partant simplement de son domicile, à proximité immédiate de son lieu de travail ou sur le chemin menant du domicile au lieu de travail, il sera nécessaire de compléter l'analyse de la hiérarchie urbaine basée sur les seuls services fréquentés par la population par des données relatives au volume de population par lieu de résidence et au volume de travailleurs au lieu de travail. Si les données de population au lieu de résidence sont aisément accessibles annuellement à l'échelle communale et à des échelles infracommunales (par ancienne commune ou par secteur statistique), celles relatives au nombre de travailleurs au lieu de travail posent divers problèmes. Les données ne sont pas disponibles à une échelle plus fine que par commune (le recensement de 1991 donnait bien la distribution par secteur statistique d'environ 80 % de l'emploi au lieu de travail mais cette donnée ventilée selon le lieu de travail n'a été dépouillée qu'à 20 % dans le cadre de l'ESE 2001). Annuellement, à l'échelon communal, l'ONSS et l'INASTI fournissent des chiffres relatifs au nombre de travailleurs par commune d'une grande fiabilité. Toutefois, si les données de l'ONSS sont publiées au lieu de travail, les données de l'INASTI ne sont fournies que par commune de résidence. L'addition de ces deux types de variable pose donc d'évidents problèmes à cette échelle. La dernière piste pertinente à exploiter à ce sujet reste le recours à la Banque Carrefour des Entreprises.

Par ailleurs, si la méthode utilisée par le Professeur Van Hecke offre une manière séduisante de combiner en une seule variable des scores obtenus sur base de classements propres à chaque type de service, l'ajout des volumes de population et de travailleurs viendrait encore complexifier l'analyse. Intégrer le tout pour obtenir une valeur unique pour chaque polarité s'apparente à additionner « des poires et des pommes ». Nous pensons que, pour opérer cette combinaison, il est nécessaire de mieux connaître la place des déplacements liés aux achats au sein des chaînes de déplacements, comme déjà souligné.

3.2.2 Comportements d'achats de la population selon l'enquête KUL-ULg

a) Description de la méthodologie utilisée et présentation de ses résultats

Le SEGEFA de l'ULg a réalisé en collaboration avec l'ISEG de la KULeuven en 1994-1995 une enquête sur les polarités fréquentées pour différents types d'achats et de services (B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, pp. 57-75). Sur base de cette enquête déjà brièvement

évoquée ci-dessus, ont pu être estimés les volumes de population fréquentant les principales polarités commerciales du territoire belge et, en conséquence, la hiérarchie des polarités commerciales.

Cette enquête a été menée auprès des parents d'élèves de 5^e et 6^e années de l'enseignement secondaire via leur professeur de géographie. Au total, 30 000 questionnaires remplis ont été traités. « *Les enquêtés étaient invités à se prononcer sur le centre belge ou étranger qu'ils fréquentent pour effectuer leurs achats ; ceux-ci ayant été décrits en quatre grandes catégories en fonction de la fréquence avec laquelle ils sont effectués : achats courants (alimentation, produits d'entretien, ...), services courants (nettoyage à sec, cordonnerie, banque, ...), achats semi-courants (vêtements, chaussures, jouets, articles de ménage, disques, ...) et achats exceptionnels (bijoux de valeur, articles de maroquinerie, articles de décoration, ...). Par ailleurs, pour chaque type d'achat, il était proposé de fournir le nom de trois pôles commerçants visités respectivement le plus souvent, souvent et de temps en temps* » (B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, pp. 58-59)¹¹. Suivant la fréquence signalée par chaque répondant pour chaque polarité, les auteurs ont attribué un certain poids à chaque réponse ainsi fournie afin de tenir compte du caractère zappeur de la plupart des consommateurs.

Le niveau spatial retenu ici pour l'identification des polarités se base sur le découpage des anciennes communes avant fusion. Pour estimer le volume de population fréquentant chaque polarité, les auteurs de cette étude ont multiplié le nombre de réponses associées à chaque pôle par le rapport entre les 10 000 000 d'habitants du territoire belge et les 30 000 répondants. Vu le faible degré de fiabilité de cette estimation pour les petites polarités commerçantes, seules les anciennes communes dépassant le seuil de 7 000 unités de population estimées ont été retenues comme polarité commerciale dans le cadre de cette analyse de la hiérarchie commerciale.

¹¹ Notons que « *la population-cible choisie introduit un biais car les personnes contactées sont généralement des adultes actifs et mobiles. Aussi, (les auteurs de cette étude) ont procédé à deux correctifs : en premier lieu, la part des achats effectués dans la commune-même et/ou dans la ville voisine a été augmentée de 20 % et ce sur base d'enquêtes montrant que les personnes de plus de 65 ans effectuent plus leurs achats à courte distance ; deuxièmement, les résultats relatifs aux achats effectués par les jeunes (une partie du questionnaire visait les 17-18 ans) ont été introduits pour 15 %* » (B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, p. 59).

Carte 1 :

Principaux pôles commerçants : achats courants

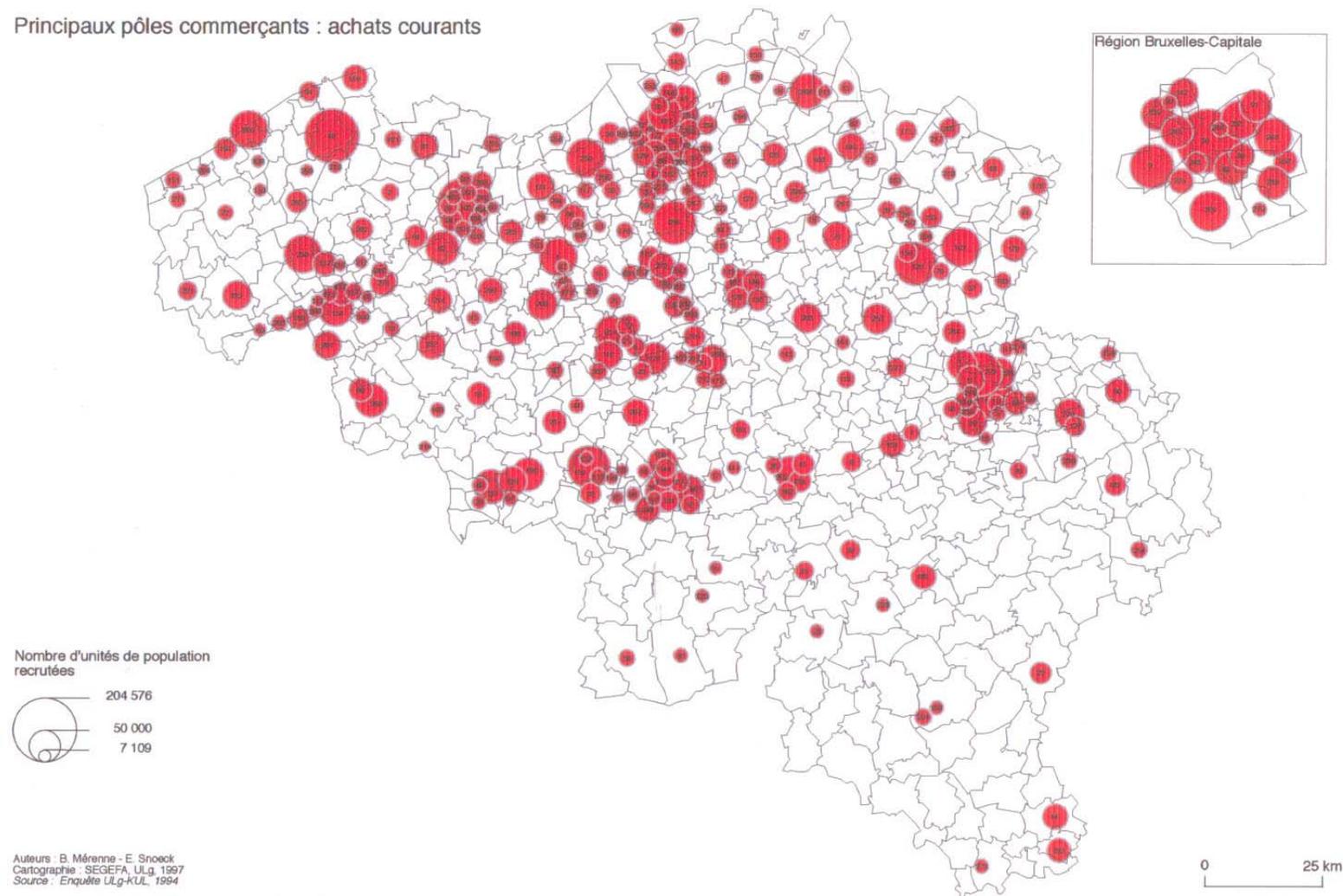


Tableau 2 : Pôles commerçants wallons dont le recrutement pour les achats courants est supérieur à 7 000 unités de population en 1993-1994

Vol. de pop. recrutée	Pôle	Vol. de pop. recrutée	Pôle	Vol. de pop. recrutée	Pôle			
100 à 150 000	Liège	20 à 25 000 (suite)	Bastogne	10 à 15 000 (suite)	Chimay			
75 à 100 000	Rocourt		Binche		La Calamine			
	La Louvière		Marcinelle		Rixensart			
	Charleroi		Gilly		Boussu			
50 à 75 000	Châtelineau	15 à 20 000	Heusy	7 à 10 000	Braine-le-Comte			
	Hornu		Andenne		Mont-sur-Marchienne			
	Tournai		Jumet		Saint-Nicolas			
	Mons		Waremme		Chênée			
	Waterloo		Seraing		Haccourt			
	Namur		Ciney		Rochefort			
40 à 50 000	Herstal	10 à 15 000	Bierges	7 à 10 000	Leuze			
	Verviers		Châtelet		Couvin			
	Alleur		Gembloux		Frameries			
	Gosselies		Wépion		Virton			
	Wavre		Dinant		Genval			
	Jemappes		Braine-l'Alleud		Houdeng-Goegnies			
	30 à 40 000		Bonnelles		10 à 15 000	Jemeppe-sur-Meuse	7 à 10 000	Dour
			Ans			Tubize		Jemeppe-sur-Sambre
Mouscron		Hannut	Courcelles					
Nivelles		Flémalle-Grande	Libramont					
Huy		Aywaille	Fontaine-l'Evêque					
Arlon		Grivegnée	Philippeville					
Eupen		Lessines	Beauraing					
Marche-en-Famenne		Enghien	Florennes					
Montigny-le-Tilleul		Haine-St-Pierre	Micheroux					
Fléron	Recogne	Auvelais						
25 à 30 000	Messancy	10 à 15 000	Belgrade	7 à 10 000	Anderlues			
	Soignies		Amay		Comines			
	Lodelinsart		Ottignies		Morlanwelz-Mariemont			
	Ath		Jodoigne		Embourg			
	Froyennes		Spa		Chapelle lez-Herlaimont			
	Jambes		Saint-Vith		Péruwelz			
20 à 25 000	Bouge	10 à 15 000	Louvain-la-Neuve	7 à 10 000				
	Malmedy		Visé					

Source : B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, pp. 67-72

Carte 2 :

Principaux pôles commerçants : achats semi-courants

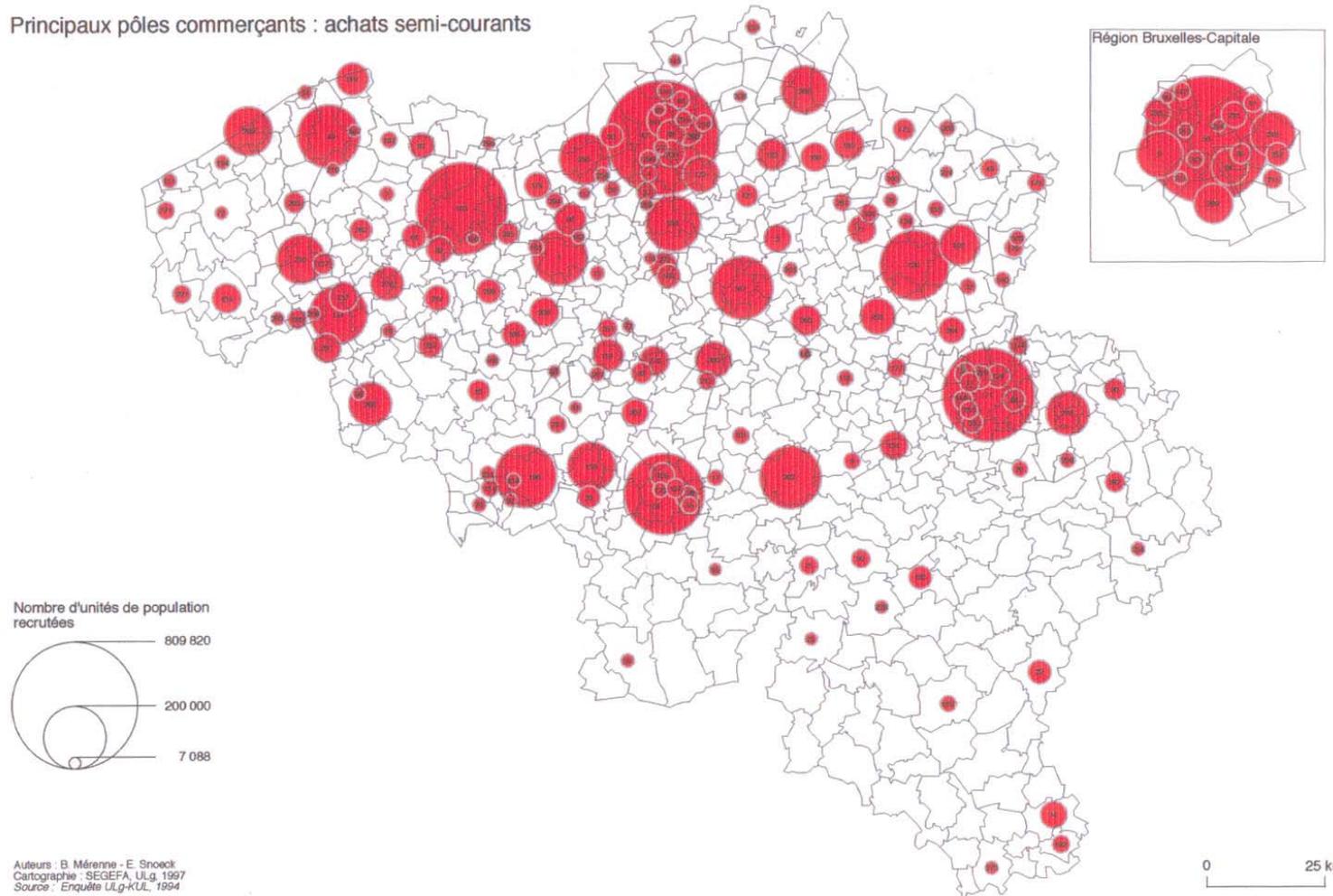


Tableau 3 : Pôles commerçants wallons dont le recrutement pour les achats semi-courants est supérieur à 7 000 unités de population en 1993-1994

Vol. de pop. recrutée	Pôle	Vol. de pop. recrutée	Pôle	Vol. de pop. recrutée	Pôle
400 à 500 000	Liège	20 à 25 000 (suite)	Eupen	10 à 15 000 (suite)	Aywaille
300 à 400 000	Charleroi		Alleur		Auvelais
175 à 200 000	Mons		Braine-l'Alleud		Spa
	Namur		Bonnelles		Lodelinsart
100 à 125 000	La Louvière	15 à 20 000	Ans	7 à 10 000	Tubize
75 à 100 000	Verviers		Malmedy		Saint-Ghislain
50 à 75 000	Tournai		Jemeppe-sur-Meuse		Dour
	Wavre		Visé		Jemappes
40 à 50 000	Waterloo		Gilly		Saint-Vith
	Mouscron		Waremme		Virton
	Huy		Ciney		Chimay
30 à 40 000	Arlon		Dinant		Frameries
	Nivelles		Ottignies		Rochefort
25 à 30 000	Gosselies		Seraing		Froyennes
	Rocourt	Soignies	Lessines		
	Bastogne	Messancy	Enghien		
	Herstal	Hornu	Braine-le-Comte		
	Marche-en-Famenne	Châtelet	Beauraing		
	Châtelineau	Gembloux	Florennes		
20 à 25 000	Fléron	Andenne	Jodoigne		
	Binche	Libramont			
	Ath	Hannut			

Source : B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, pp. 73-75

Il apparaît que la géographie de la hiérarchie commerciale dépend fortement du type de biens achetés. En particulier, de grandes différences apparaissent entre celle basée sur les achats courants et celle basée sur les achats semi-courants. Entre ces deux distributions, il existe de grosses différences concernant tant le nombre de polarités disposant d'une fréquentation estimée dépassant le seuil de 7 000 unités de population que le volume de population recrutée pour les anciennes communes formant le centre des grandes villes ou pour celles formant les polarités périphériques de ces grandes agglomérations. Si, pour les achats courants, les pôles commerçants dépassant un recrutement de 7 000 unités de population sont au nombre de 100, pour les achats semi-courants, les pôles commerçants dépassant un recrutement de 7 000 unités de population ne sont que 64.

63 polarités sont communes aux deux catégories. Une seule polarité n'est retenue que pour les achats semi courants : Saint-Ghislain. Dans l'autre sens, les polarités dépassant un recrutement de 7 000 unités de population uniquement pour les achats courants sont au nombre de 37. Parmi ces polarités, on retrouve quelques pôles du SDER : Philippeville, Louvain-la-Neuve, Couvin, Leuze-en-Hainaut, Comines. Font toutefois principalement partie de cette liste des pôles secondaires d'agglomération, qu'il s'agisse de pôles traditionnels multifonctionnels ou de polarités nouvelles monofonctionnelles : Boussu, Houdeng-Goegnies, Haine-Saint-Pierre, Morlanwelz-Mariemont, Chapelle-lez-Herlaimont, Anderlues, Fontaine-l'Evêque, Courcelles, Montigny-le-Tilleul, Jumet, Marcinelle, Mont-sur-Marchienne, Belgrade, Wépion, Jambes, Bouge, Flémalle-Grande, Saint-Nicolas, Grivegnée, Chênée, Embourg, Micheroux et Heusy. On peut présumer qu'une partie plus ou moins importante des personnes qui vont faire leurs courses alimentaires et de produits d'entretien dans ces

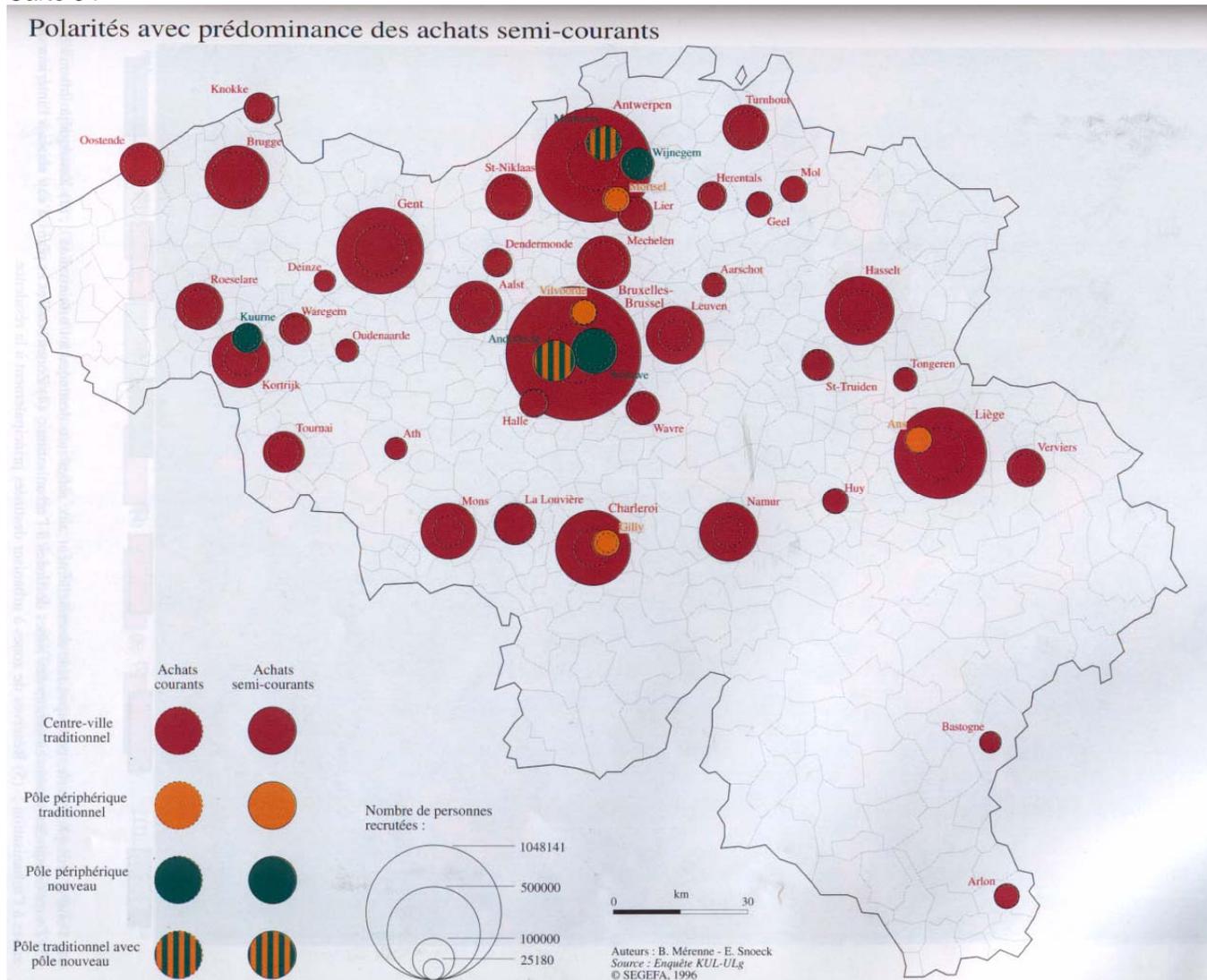
polarités s'orientent de façon préférentielle vers le centre-ville de ces agglomérations pour ce qui concerne les achats de vêtements, chaussures, parfums, bijoux... Font aussi partie de cette liste de 37 polarités orientées surtout achats courants les polarités de Rixensart, Amay, La Calamine, Jemeppe-sur-Sambre, Péruwelz (chacune siège administratif d'une commune non retenue comme pôle du SDER) mais aussi Recogne, Bierges, Genval et Haccourt.

Lorsque l'on compare le volume de population recruté par les différentes polarités dépassant le seuil de 7 000 unités de population tant au niveau des achats courants que des achats semi-courants pour ces deux grands types d'achats, on se rend compte de plusieurs tendances lourdes (voir cartes 3 et 4 ci-après) :

- les centres-villes des grandes agglomérations wallonnes (de Tournai à Verviers) prédominent très largement en ce qui concerne les achats semi-courants ;
- en plus de ces polarités centrales des grandes agglomérations, la prédominance du recrutement pour les achats semi-courants sur les achats courants concerne diverses villes moyennes telles que Huy, Ath, Wavre, Arlon et Bastogne ;
- rares sont les pôles secondaires d'agglomération qui recrutent plus de population pour les achats semi-courants que pour les achats courants. Dans un tel cas, cette prédominance est faible et concerne surtout des pôles secondaires traditionnels multifonctionnels (c'est par exemple le cas d'Ans ou de Gilly) ;
- a contrario, la plupart des pôles secondaires d'agglomération connaissent une très nette prédominance pour les achats courants ;
- dans un grand nombre de petites villes situées à distance des grandes villes, il existe un quasi équilibre entre la population recrutée pour les achats courants et les achats semi-courants, une légère prédominance pour les achats courants apparaît toutefois parfois.

Il est aussi intéressant de s'intéresser au volume de population qui n'est pas attiré par ces principaux pôles commerciaux. Pour les achats courants, il subsiste environs 25 % de la population wallonne qui semble faire ses courses dans d'autres polarités que les 100 pôles ici répertoriés. Ce quart de la population wallonne effectue donc tout ou partie de ses achats courants dans de plus petites polarités sur le territoire wallon ou en dehors de ce dernier (Flandre, Bruxelles, les grandes surfaces françaises ou luxembourgeoises). Pour les achats semi-courants, la part de la population wallonne qui semble effectuer ses emplettes dans d'autres polarités que les 64 pôles recrutant plus de 7 000 unités de population ne s'élève qu'à 23 %. Si l'on tient compte des 100 principales polarités pour les achats semi-courants, on peut estimer que la part de la population allant faire ailleurs ses achats de vêtements, chaussures et autres biens de consommation courante chute à une valeur comprise entre 15 et 18 %. Ceci illustre une fois de plus le côté nettement plus concentré de l'offre commerciale pour les achats semi-courants que pour les achats courants.

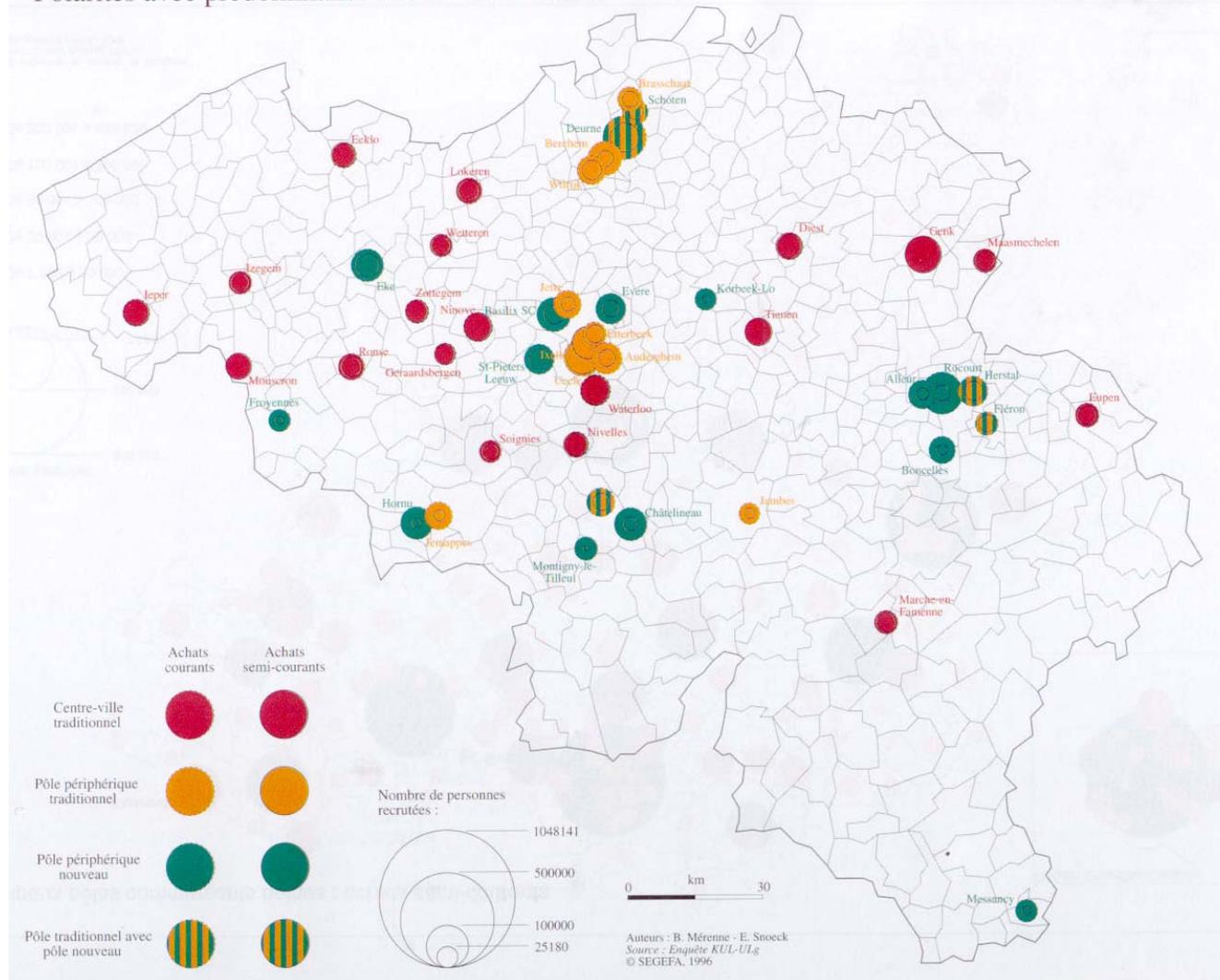
Carte 3 :



Source : B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, p. X.

Carte 4 :

Polarités avec prédominance des achats courants



Source : B. MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1998, p. XI

b) Avantages et inconvénients d'une telle approche :

Avantages :

- 1) Cette hiérarchie commerciale se rapporte à l'échelle des anciennes communes, échelle idéale selon nous pour arbitrer ce critère de la hiérarchie urbaine
- 2) Cette distinction entre la hiérarchie commerciale pour les achats courants et pour les achats semi-courants nous apparaît fondamentale pour arbitrer ce critère. Tandis qu'une relative dispersion de l'offre commerciale doit être privilégiée pour l'offre commerciale relative aux biens de consommation courante, il faut rechercher au contraire une forte concentration de l'offre commerciale pour les achats semi-courants en privilégiant les principales polarités urbaines multifonctionnelles.

Inconvénients :

1) Il s'agit d'une hiérarchie commerciale basée sur une enquête déjà ancienne. Elle reflète donc une situation dépassée car antérieure à différentes évolutions :

- émergence de gros projets commerciaux comme les centres commerciaux de Belle-Ile à Liège, des Grands-Prés à Mons, de l'Esplanade à Louvain-la-Neuve, les outlet centers de Messancy et de Verviers, l'extension d'une part et la création d'autre part des pôles commerciaux centrés sur les magasins IKEA à Hognoul (Awans) et Sterpenich (Arlon)... ;
- croissance de population de plus de 4,3 % de la Région wallonne depuis 1995, croissance essentiellement concentrée en milieu rural et dans les petites villes ;
- développement de l'équipement commercial de nombreuses polarités en milieu rural ou périurbain lointain constituant de réels pôles multifonctionnels (Aubel, Habay-la-Neuve, Vielsalm, Beaumont, Perwez, Wellin, Ouffet...) ou des pôles monofonctionnels (Le Bultia, Corbais, Nandrin, Dolembreux, Barchon...) ;
- chute de la fréquentation dans les hypermarchés...

2) Ces résultats ne permettent pas d'opérer une distinction entre la hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants peu pondéreux (les biens que l'on se procure massivement dans les centres-villes) et la hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants pondéreux (les biens acquis massivement dans les grandes surfaces spécialisées implantées le plus souvent en périphérie ou dans les hypermarchés). La hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants présentée ici concerne surtout les achats peu pondéreux. Par rapport à ces derniers, les achats de biens de consommation semi-courante pondéreux devraient être caractérisés, dans leur répartition actuelle, par une hiérarchie commerciale où les centres urbains des grandes villes dominant beaucoup moins mais où émergent quelques pôles périphériques des grandes agglomérations et quelques villes moyennes disposant de grandes surfaces spécialisées dans l'ameublement, le bricolage et/ou le jardinage (Hognoul, Sterpenich, Neupré, Saint-Georges...). Dans les petites villes, ce découplage entre hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants peu pondéreux et hiérarchie urbaine pour les achats semi-courants pondéreux semble en général être peu prononcé.

3) Cette hiérarchie commerciale n'est pas croisée avec une hiérarchie urbaine basée sur les autres fonctions constituant la ville sur le plan fonctionnel.

4) Elle n'offre par ailleurs aucune information sur le recrutement des pôles commerciaux de plus faible rayonnement que ce seuil de 7 000 unités de population.

3.2.3 Offre commerciale

Il s'agit ici d'analyser, pour différents types de branches commerciales, la distribution de l'offre commerciale sur base de l'indicateur du nombre de m² et/ou du nombre de points de vente. Cette analyse se heurte à une grave carence en données pour la plupart des branches commerciales. Nous avons décidé d'aborder ce volet de trois façons :

- l'analyse du nombre de m² de commerces alimentaires (hypermarchés, supermarchés et supérettes) relativisée par le volume de population de l'entité spatiale et par l'importance d'autres fonctions (administrative, scolaire...);
- l'analyse des polarités commerciales abritant certaines enseignes spécialisées du commerce de vêtements qui donnent une indication sur la position de la polarité dans la hiérarchie urbaine (résultats issus de la thèse de doctorat de G. Devillet);
- l'analyse du nombre de cellules commerciales par polarité sur base du cadastre.

Dans le cadre de cet état d'avancement, seule cette première façon va être développée. Les deux autres façons présentent de telles lacunes qu'il est possible que nous les abandonnions en cours d'analyse si les résultats s'avèrent peu probants. Par exemple, l'approche via la prise en compte de certaines enseignes pour le commerce de vêtements ne permet pas de couvrir l'ensemble de l'offre commerciale associée à ce type de biens (absence de certaines enseignes, absence d'un grand nombre de commerçants indépendants, absence des rayons vêtements des hypermarchés...). Pour ce qui concerne les cellules commerciales identifiées sur base du cadastre, cette source de données présente de multiples imperfections expliquées ci-après au point c) du 4.4.1.

3.2.3.1 Analyse du nombre de m² de commerces alimentaires relativisé par le volume de population

a) Description de la méthodologie utilisée et présentation de ses résultats :

Le service de Planologie du Commerce du Service public fédéral Economie, PME, Classes moyennes et Energie dispose d'une équipe d'enquêteurs qui relève chaque année les points de vente alimentaires en libre service (hypermarchés, supermarchés et supérettes) et les commerces appartenant à des chaînes de distribution dans le secteur non alimentaire et celui de l'alimentation spécialisée. Les relevés utilisés dans cette analyse ont été clôturés au 31 décembre 2008. Ce sont les seules données belges sur la distribution accessibles à tous, régulièrement remises à jour et qui comprennent l'adresse postale des commerces relevés. Pour les commerces alimentaires, ces informations sont réputées fiables et complètes. Pour les commerces non alimentaires, leur caractère limité à un certain nombre d'enseignes et l'absence en particulier de tout le commerce indépendant rendent cette source très partielle.

Le SEGEFA de l'ULg a pu tester en 2008 et début 2009 la validité de cette source pour le commerce alimentaire au sein de toutes les polarités commerciales de Wallonie abritant plus de 3 000 m² de commerces ou un minimum de 50 points de vente. Ce travail de visite sur le terrain a été mené dans le cadre de la Mise en place d'un outil de gestion des implantations commerciales de plus de 400 m² au sein des communes wallonnes, étude réalisé à la demande du cabinet du Ministre Marcourt (JASPARD M. *et al.*, 2008). A l'exception de quelques commerces supplémentaires récents non encore pris en compte et de quelques déménagements, le repérage des différents points de vente s'est avéré d'une grande exactitude. La surface de vente renseignée par cette source présente par contre par endroits des erreurs manifestes suite à de récents agrandissements ou, au contraire, à une surestimation de l'espace dévolu à la vente.

Pour l'analyse qui est tirée de ces données, nous avons choisi de retenir la surface de vente spécifiquement dédiée à l'alimentaire et non pas la surface de vente totale. En ne comptant pas la surface de vente des hyper- et supermarchés consacrée à l'habillement, à l'électroménager..., on fait passer la surface de vente de ces commerce de 1 242 245 m² à 877 315 m² pour l'ensemble de la Région wallonne.

A partir de cette donnée relative au nombre de m² de commerce de détail alimentaire, il est utile selon nous d'analyser comment le ratio nombre de m² de surface de vente par 1 000 habitants est influencé par la position de la polarité commerciale prise en compte dans la hiérarchie urbaine.

Pour l'ensemble de la Région wallonne, ce ratio moyen est de 255,3 m²/ 1 000 habitants. Cette variable du nombre de m² / 1 000 habitants peut être étudiée à différentes échelles.

- La surface de vente de commerce de détail alimentaire par 1 000 habitants au niveau communal

Le tableau 4 et la carte 5 illustrent la distribution de cette variable à l'échelle communale.

Tableau 4 : Classement des communes de la Région wallonne selon la surface de vente des commerces alimentaires par 1 000 habitants au 31/12/2008

	COMMUNE	Surf. de vente (m ²)	Population (2007)	Surf. de vente / 1 000 hab.
1	Messancy	6200	7466	830,4
2	Bouillon	3650	5477	666,4
3	Florenville	3300	5448	605,7
4	Trois-Ponts	1500	2504	599,0
5	Crisnée	1645	2828	581,7
6	Ouffet	1475	2551	578,2
7	Aywaille	6350	11094	572,4
8	Boussu	11480	20118	570,6
9	Libramont-Chevigny	5570	9981	558,1
10	Waterloo	16030	29398	545,3
11	Marche-en-Famenne	8740	17066	512,1
12	Spa	5350	10472	510,9
13	Ans	13975	27416	509,7
14	Hannut	7200	14468	497,6
15	Waremmé	6795	14198	478,6
16	Malmédy	5670	11878	477,4
17	Montigny-le-Tilleul	4795	10215	469,4
18	Wellin	1375	2958	464,8
19	Bastogne	6575	14386	457,0
20	Bertrix	3675	8164	450,1
21	Dinant	5875	13143	447,0
22	Herstal	16645	37720	441,3
23	Châtelet	15515	35813	433,2
24	Fléron	6880	16139	426,3
25	Beauraing	3540	8449	419,0
26	Lontzen	2150	5175	415,5
27	Huy	8290	20232	409,7
28	Anderlues	4755	11651	408,1
29	Sankt-Vith	3740	9190	407,0
30	Eupen	7385	18313	403,3
31	Hotton	2025	5043	401,5
32	Büllingen	2080	5453	381,4
33	Jemeppe-sur-Sambre	6705	18056	371,3
34	Ciney	5520	15078	366,1
35	Aubel	1485	4166	356,5
36	Erquelinnes	3370	9570	352,1
37	Chimay	3425	9852	347,6
38	Rixensart	7410	21426	345,8
39	Wavre	11040	32576	338,9

40	Saint-Hubert	1925	5737	335,5
41	Jodoigne	4165	12644	329,4
42	Virton	3695	11228	329,1
43	Mont-Saint-Guibert	2150	6535	329,0
44	Arlon	8700	26548	327,7
45	Mouscron	17355	53174	326,4
46	Vielsalm	2390	7339	325,7
47	Gembloux	7065	22074	320,1
48	Amay	4195	13147	319,1
49	La Louvière	24360	77509	314,3
50	Philippeville	2650	8482	312,4
51	Rochefort	3790	12133	312,4
52	Ottignies-Louvain-la-Neuve	9385	30188	310,9
53	Soumagne	4820	15562	309,7
54	Seraing	18945	61237	309,4
55	Mons	27880	91196	305,7
56	Namur	32695	107653	303,7
57	Nivelles	7455	24622	302,8
58	Raeren	3065	10199	300,5
59	Perwez	2275	7621	298,5
60	Andenne	7310	24557	297,7
61	Lierneux	990	3337	296,7
62	Herve	4950	16740	295,7
63	Soignies	7530	25700	293,0
64	Ath	7925	27141	292,0
65	Sprimont	3750	12950	289,6
66	Thuin	4215	14606	288,6
67	Couvin	3880	13449	288,5
68	Nandrin	1630	5651	288,4
69	Charleroi	57840	201550	287,0
70	Awans	2495	8717	286,2
71	Verviers	15185	54150	280,4
72	Paliseul	1395	5055	276,0
73	Florennes	2970	10825	274,4
74	Neufchâteau	1825	6652	274,4
75	Beauvechain	1800	6596	272,9
76	La Calamine	2850	10472	272,2
77	Liège	51305	188907	271,6
78	Bütgenbach	1495	5585	267,7
79	Tournai	18120	67844	267,1
80	Beaumont	1785	6696	266,6
81	Flémalle	6645	25021	265,6
82	Saint-Georges-sur-Meuse	1740	6556	265,4
83	Chapelle-lez-Herlaimont	3725	14121	263,8
84	Stavelot	1750	6669	262,4
85	Eghezée	3820	14619	261,3
86	Aubange	3945	15193	259,7
87	Saint-Ghislain	5775	22536	256,3

88	Gerpennes	3080	12064	255,3
89	Fosses-la-Ville	2405	9444	254,7
90	Bernissart	2900	11513	251,9
91	Morlanwelz	4670	18723	249,4
92	Hamoir	900	3616	248,9
93	Sambreville	6655	26997	246,5
94	Binche	7890	32508	242,7
95	Villers-la-Ville	2345	9704	241,7
96	Durbuy	2550	10633	239,8
97	Dour	4045	16882	239,6
98	Leuze-en-Hainaut	3165	13300	238,0
99	Chaufontaine	4950	20928	236,5
100	Habay	1860	7903	235,4
101	Quiévrain	1540	6544	235,3
102	Esneux	3075	13073	235,2
103	Frameries	4870	20729	234,9
104	Tenneville	600	2561	234,3
105	Genappe	3330	14277	233,2
106	Tubize	5240	22713	230,7
107	Verlaine	825	3610	228,5
108	Enghien	2780	12294	226,1
109	Lessines	4075	18025	226,1
110	Bassenge	1895	8396	225,7
111	Etalle	1200	5389	222,7
112	Wanze	2825	12802	220,7
113	La Roche-en-Ardenne	955	4348	219,6
114	Fontaine-l'Evêque	3665	16754	218,8
115	Braine-le-Comte	4380	20543	213,2
116	Lens	860	4042	212,8
117	Sainte-Ode	490	2305	212,6
118	Tinlot	500	2358	212,0
119	Péruwelz	3530	16826	209,8
120	Ohey	900	4318	208,4
121	Vresse-sur-Semois	595	2861	208,0
122	Pepinster	1975	9574	206,3
123	Bièvre	650	3164	205,4
124	Fleurus	4525	22272	203,2
125	Chastre	1350	6819	198,0
126	Rendeux	450	2274	197,9
127	Pecq	1050	5309	197,8
128	Engis	1130	5715	197,7
129	Hastière	1035	5278	196,1
130	Antoing	1450	7533	192,5
131	Grâce-Hollogne	4145	21854	189,7
132	Havelange	925	4926	187,8
133	Mettet	2225	12037	184,8
134	Chièvres	1170	6330	184,8
135	Oupeye	4335	23633	183,4

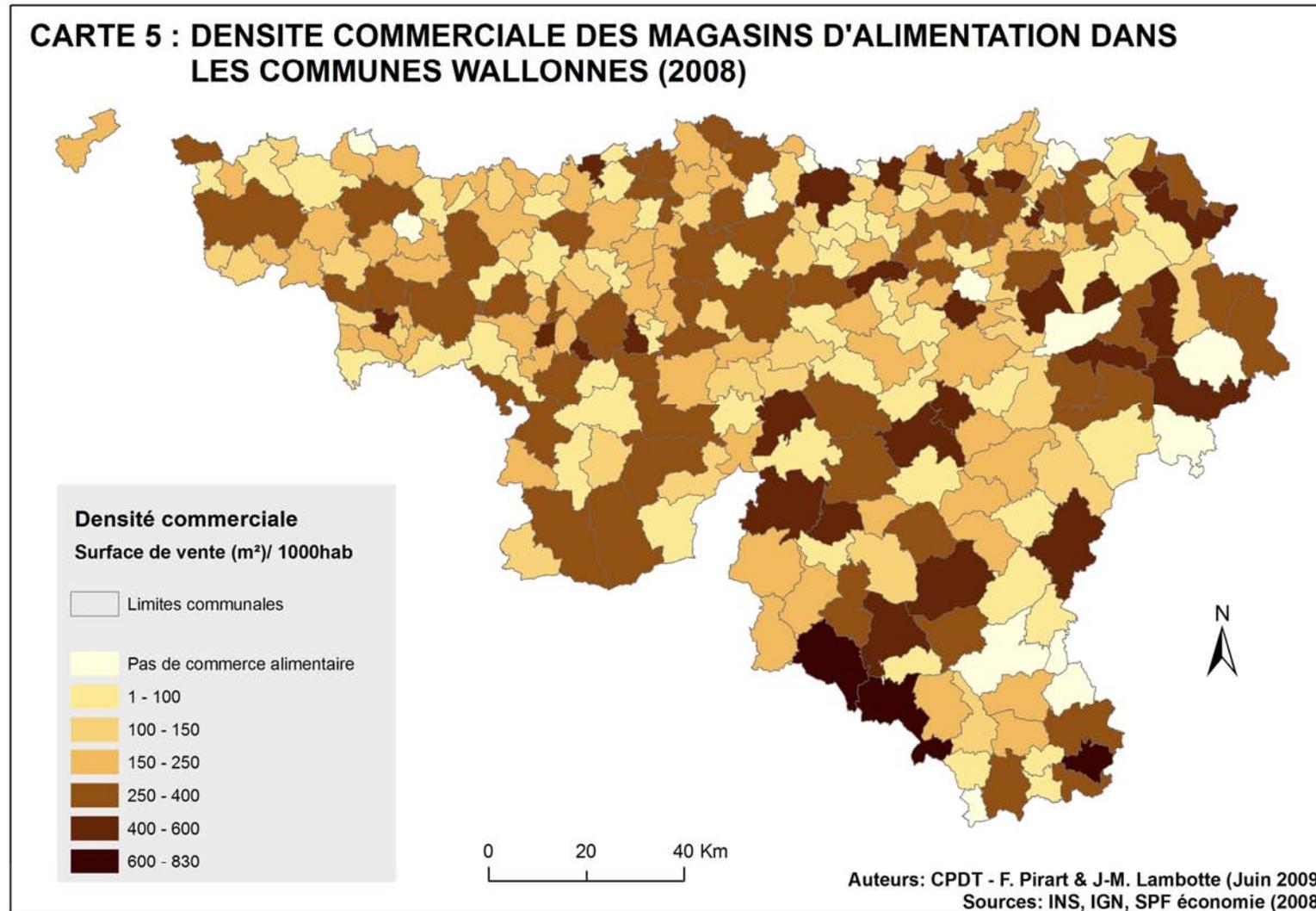
136	Courcelles	5435	29724	182,8
137	Grez-Doiceau	2275	12473	182,4
138	Limbourg	1025	5644	181,6
139	Lobbès	1000	5515	181,3
140	Quaregnon	3310	18640	177,6
141	Faimès	620	3541	175,1
142	Sombrefe	1350	7732	174,6
143	Dison	2500	14407	173,5
144	Profondeville	1980	11424	173,3
145	Oreye	600	3464	173,2
146	Comines-Warneton	3010	17544	171,6
147	Jurbise	1625	9695	167,6
148	Gedinne	745	4445	167,6
149	Sivry-Rance	780	4673	166,9
150	Trooz	1275	7706	165,5
151	Chiny	825	5021	164,3
152	Incourt	750	4619	162,4
153	Braine-l'Alleud	6090	37512	162,3
154	Hélocine	500	3109	160,8
155	Ellezelles	900	5711	157,6
156	Tellin	375	2386	157,2
157	Chaumont-Gistoux	1705	11043	154,4
158	Yvoir	1250	8563	146,0
159	Beloeil	1950	13446	145,0
160	Momignies	740	5140	144,0
161	Cerfontaine	650	4579	142,0
162	Ecaussinnes	1380	10042	137,4
163	Farciennes	1500	11071	135,5
164	Visé	2245	16852	133,2
165	Walhain	805	6088	132,2
166	Rumes	660	5027	131,3
167	Orp-Jauche	1035	7932	130,5
168	Fexhe-le-Haut-Clocher	400	3066	130,5
169	Assesse	825	6334	130,2
170	Hensies	870	6731	129,3
171	Ferrières	575	4505	127,6
172	Tintigny	475	3739	127,0
173	Braine-le-Château	1200	9517	126,1
174	Comblain-au-Pont	675	5366	125,8
175	Floreffe	940	7506	125,2
176	Anhée	850	6958	122,2
177	Rebecq	1250	10255	121,9
178	Brunehaut	940	7712	121,9
179	Remicourt	625	5137	121,7
180	Pont-à-Celles	1975	16379	120,6
181	Blégny	1525	12861	118,6
182	Fernelmont	800	6749	118,5
183	Houffalize	560	4802	116,6

184	Wasseiges	300	2580	116,3
185	Manage	2555	22382	114,2
186	Welkenraedt	1040	9237	112,6
187	Libin	520	4655	111,7
188	Doische	325	2912	111,6
189	Saint-Nicolas	2475	22583	109,6
190	Geer	320	2946	108,6
191	Modave	400	3719	107,6
192	Mont-de-l'Enclus	360	3417	105,4
193	Colfontaine	2075	19998	103,8
194	Waimes	700	6825	102,6
195	Manhay	325	3185	102,0
196	Walcourt	1765	17652	100,0
197	Bertogne	300	3002	99,9
198	Frasnes-lez-Anvaing	1100	11078	99,3
199	Viroinval	570	5747	99,2
200	Villers-le-Bouillet	590	6110	96,6
201	Vaux-sur-Sûre	450	4759	94,6
202	Beyne-Heusay	1075	11739	91,6
203	Froidchapelle	330	3609	91,4
204	Aiseau-Presles	950	10696	88,8
205	Plombières	860	9765	88,1
206	Daverdisse	120	1372	87,5
207	Theux	940	11672	80,5
208	Baelen	320	4110	77,9
209	Fauvillers	160	2071	77,3
210	Clavier	320	4211	76,0
211	Court-Saint-Etienne	725	9547	75,9
212	Les Bons Villers	670	8932	75,0
213	Braives	420	5619	74,7
214	Hamois	490	6692	73,2
215	Gouvy	340	4780	71,1
216	Donceel	200	2835	70,5
217	Erezée	200	2968	67,4
218	Seneffe	700	10625	65,9
219	Herbeumont	100	1536	65,1
220	Le Roeulx	515	7969	64,6
221	Saint-Léger	200	3225	62,0
222	Nassogne	300	5045	59,5
223	Quévy	460	7758	59,3
224	Burdinne	160	2845	56,2
225	Merbes-le-Château	220	4141	53,1
226	Juprelle	450	8492	53,0
227	Lasne	740	13994	52,9
228	Jalhay	420	8004	52,5
229	Onhaye	160	3124	51,2
230	Somme-Leuze	240	4732	50,7
231	Marchin	260	5143	50,6

232	La Bruyère	420	8379	50,1
233	Houyet	200	4471	44,7
234	Ittre	270	6087	44,4
235	Estinnes	325	7408	43,9
236	Gesves	270	6441	41,9
237	Estaimpuis	400	9781	40,9
238	Meix-devant-Virton	100	2675	37,4
239	Ham-sur-Heure-Nalinnes	495	13383	37,0
240	Neupré	325	9748	33,3
241	Celles	180	5447	33,0
242	Musson	130	4232	30,7
243	Héron	130	4530	28,7
244	Silly	230	8072	28,5
245	La Hulpe	200	7309	27,4
246	Olne	100	3788	26,4
247	Honnelles	100	5009	20,0
248	Thimister-Clermont	100	5331	18,8
249	Amel	0	5331	0,0
250	Anthistes	0	4011	0,0
251	Attert	0	4802	0,0
252	Berloz	0	2813	0,0
253	Brugelette	0	3336	0,0
254	Burg-Reuland	0	3957	0,0
255	Dalhem	0	6585	0,0
256	Flobecq	0	3270	0,0
257	Léglise	0	4178	0,0
258	Lincet	0	3055	0,0
259	Martelange	0	1584	0,0
260	Ramillies	0	5856	0,0
261	Rouvroy	0	2007	0,0
262	Stoumont	0	3025	0,0
	TOTAL Région wallonne	877 315	3 435 879	255,3

Source : SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, 2008

Légende : En gras : les communes reprises en tant que pôles du SDER. En gras et italiques les communes constituant les 7 grosses agglomérations de la Région, hors commune centrale.



Ce tableau et cette carte montrent qu'il existe, à l'échelle communale, une relation prononcée entre la densité commerciale en alimentaire (mesurée sur base du nombre de m² de vente par 1 000 habitants) et l'importance des communes en tant que pôle d'emploi et de services pour les environs. La plupart des pôles du SDER (46/58) ont ainsi une densité en alimentaire supérieure à la moyenne pour l'ensemble du territoire wallon, à savoir 255,3 m² de surface de vente/1 000 habitants. La grande majorité des communes non reprises comme pôle du SDER ou comme communes d'agglomération ont une densité inférieure à 255,3 m²/1 000 hab. (147/178). Parmi les communes constituant les 7 grosses agglomérations de la Région, hors commune centrale, 10 communes sur 26 dépassent aussi ce seuil de 255,3 m²/1 000 hab.

Au total, 87 communes sur les 262 du territoire wallon dépassent le seuil de 255,3 m²/1 000 hab.. On voit donc que les 46 communes retenues comme pôles du SDER et ayant une forte densité en commerces de biens de consommation courante forment une courte majorité de ce groupe. Les 7 grandes villes régionales ont une offre commerciale assez similaire en termes de densité. Elles dépassent toutes de peu la surface moyenne de vente consacrée à l'alimentaire en Région wallonne (entre 267 m²/1 000 hab. pour Tournai et 314 m²/1 000 hab. pour La Louvière).

Le ratio moyen wallon est dépassé de plus de 50 % (soit plus de 383,0 m²/1 000 hab.) dans seulement 31 communes. Ce ratio est dépassé de plus de 100 % dans seulement 12 communes. En tête du classement, il n'est guère surprenant de voir Messancy (avec 830 m²/1 000 hab.). Un grand nombre de ces communes dépassant de plus de 50 % l'offre moyenne wallonne sont situées dans les provinces de Liège et de Luxembourg, en particulier en Ardenne (Bouillon, Libramont, Marche-en-Famenne, Spa, Hannut, Waremme, Malmedy, Bastogne et Bertrix). Waterloo, avec notamment ses deux hypermarchés Carrefour est le seul pôle du SDER à dépasser clairement ce ratio en dehors de ces deux provinces.

Peut-être cet apparent surdimensionnement de l'appareil commercial de la plupart de ces communes ardennaises est-il lié à l'importance de la clientèle touristique durant les mois d'été. Il est logique de dimensionner l'offre commerciale en fonction des périodes de pointe. Il serait utile de creuser cet aspect des choses en lien avec le thème 4 consacré à l'économie résidentielle. Si l'activité touristique liée aux visites d'un jour ne doit avoir guère d'impact sur l'offre commerciale dédiée aux achats courants, les longs séjours liés aux résidences secondaires, aux gîtes, aux campings, aux centres de vacances et autres camps des mouvements de jeunesse peuvent justifier une partie de cette suroffre au regard de la population résidente.

On peut toutefois se demander si l'on n'a pas clairement affaire à un surdimensionnement de l'offre dans ces communes où ce ratio de 383,0 m²/1 000 hab. est dépassé au regard de leur importance en tant que pôle d'emploi et de services pour les populations vivant dans les communes aux alentours. C'est particulièrement le cas, outre Messancy, pour des communes qui ne sont ni pôle du SDER, ni commune d'agglomération (Florenville 606 m²/1 000 hab., Trois-Ponts 599 m²/1 000 hab., Crisnée 582 m²/1 000 hab., Ouffet 578 m²/1 000 hab., Aywaille 572 m²/1 000 hab. et Wellin 465 m²/1 000 hab.). Même si certaines de ces entités, à l'image d'Aywaille, jouent un rôle de pôle d'emploi et de service pour un territoire dépassant le cadre communal, une telle abondance commerciale apparaît a priori comme contraire au respect de la hiérarchie urbaine.

Outre le jeu des acteurs (tant publics que privés), une autre explication possible de cette concentration des très fortes densités en surfaces commerciales pour les achats courants en provinces de Liège et de Luxembourg est liée à la géographie des disponibilités foncières en zone d'habitat. On sait que ces deux provinces, les Ardennes en particulier, concentrent la plupart des communes disposant de très importantes disponibilités foncières en zone

d'habitat. Cette offre foncière abondante permet aux promoteurs d'accéder de façon aisée à des parcelles à bâtir de grandes dimensions et pour un coût modéré.

Notons que six communes d'agglomération hors commune centrale font aussi partie de ces 31 communes ayant la plus forte densité. Il n'est guère étonnant d'y retrouver Boussu et Châtelet (hypermarchés Cora), Ans, Montigny-le-Tilleul, Fléron et Herstal (hypermarchés Carrefour).

Quand on examine les communes disposant d'une offre commerciale inférieure à la moyenne wallonne pour les achats courants, il apparaît que 14 communes wallonnes n'ont plus aucun commerce de ce type, pas même une supérette. Il s'agit dans tous les cas de communes rurales. 11 de ces 14 communes se concentrent dans les Provinces de Liège et de Luxembourg. Une concentration particulière de ces communes existe d'ailleurs à proximité de la frontière luxembourgeoise (Burg-Reuland, Martelange, Attert et Léglise). Une surabondance de l'offre dans les pôles urbains proches ou du côté grand-ducal associée à un très haut taux de motorisation explique sans aucun doute cette situation peu optimale du point de vue du développement durable.

Au sein des 12 pôles du SDER qui ont une offre commerciale inférieure à la moyenne régionale pour les achats courants, 8 ont une surface de vente totale en alimentaire comprise entre 217,0 et 255,3 m²/1 000 hab., soit entre 85 et 100 % de la moyenne wallonne. Parmi les 4 qui sortent fortement du lot, on retrouve Comines (172 m²/1 000 hab.), Braine-l'Alleud (162 m²/1 000 hab.), Visé (133 m²/1 000 hab.) et Walcourt (100 m²/1 000 hab.). Dans le cas de Braine-l'Alleud et de Visé, cette légère faiblesse de l'offre s'explique par la grande proximité existant entre le centre du noyau urbain de ces communes avec l'offre abondante d'une commune voisine toute proche (hypermarché Carrefour à Mont-Saint-Jean sur Waterloo, divers supermarchés à Haccourt et Wandre + pôle de Basse-Campagne à Herstal). Pour Comines, la proximité des hypermarchés français de Roncq (entre Comines et Mouscron) ou de Lomme et Englos (entre Armentières et Lille) explique l'offre limitée sur cette commune. Avec ses 100 m²/1 000 hab., Walcourt est le seul pôle du SDER ayant une densité commerciale inférieure à la moitié de l'offre moyenne wallonne. La situation de cette entité s'explique par l'absence de polarité forte dans cette commune au niveau de l'emploi et des services ; il s'agit d'ailleurs du seul pôle du SDER ne disposant pas d'école secondaire.

Parmi les 16 communes constituant les 7 grosses agglomérations de la Région, hors commune centrale, et ayant une densité commerciale inférieure à la moyenne wallonne, on retrouve à la fois :

- 5 communes qui ont une offre comprise entre 204,3 et 255,3 m²/1 000 hab. (soit entre 80 et 100 % de la moyenne wallonne) - il s'agit d'entités disposant d'un centre commerçant rayonnant sur un volume de population assez similaire à celui de la commune comme Dour, Frameries ou Chaudfontaine - ;
- 7 communes ayant une surface de vente comprise entre 127,7 et 204,3 m²/1 000 hab. (soit entre 50 et 80 % de la moyenne wallonne) ;
- 4 communes ayant une densité comprise entre 91,6 et 127,7 m²/1 000 hab. (soit entre 36 et 50 % de la moyenne wallonne).

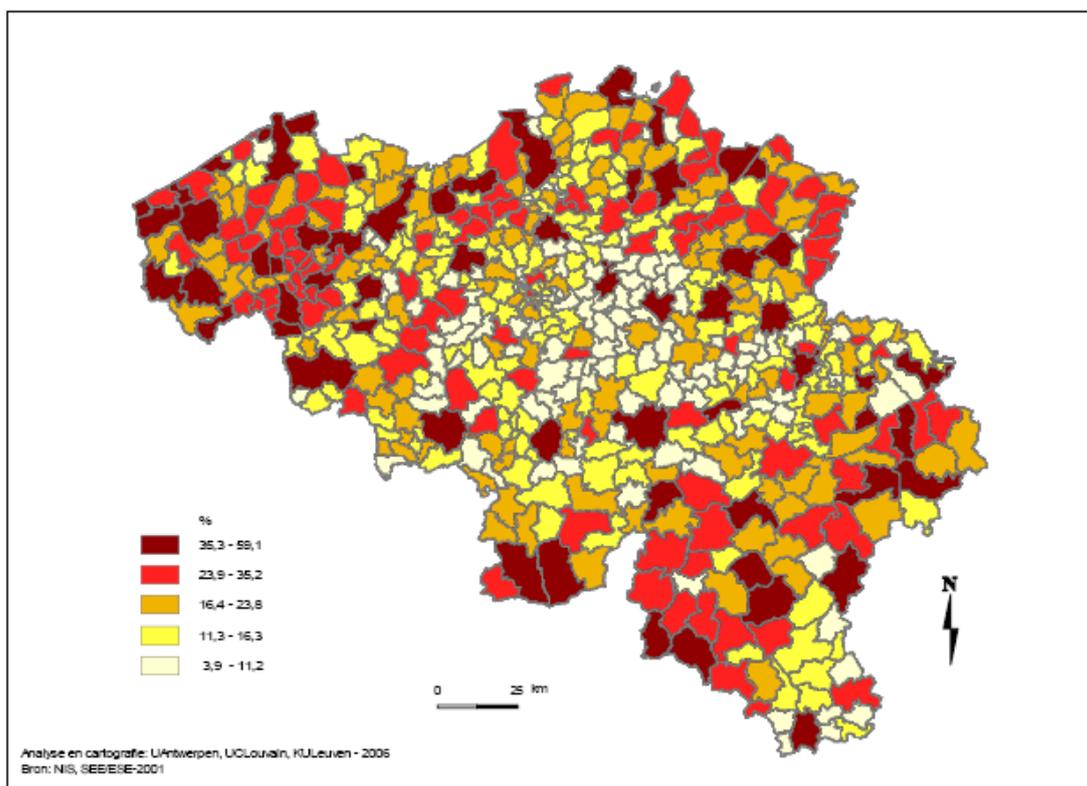
Ces quatre dernières entités sont Manage, Saint-Nicolas, Colfontaine et Beyne-Heusay. Trois de ces quatre communes bordent des entités figurant parmi les communes dépassant la densité moyenne wallonne de plus de 50 %. C'est le cas de Ans (et son hypermarché Carrefour) vis-à-vis de Saint-Nicolas, de Boussu (et son Cora de Hornu) vis-à-vis de Colfontaine et Fléron (et son hypermarché Carrefour) vis-à-vis de Beyne-Heusay. Quant à Manage, le voisinage du Cora de La Louvière explique lui aussi cette faiblesse de l'offre en grandes surfaces alimentaires.

Parmi les nombreuses communes hors pôles du SDER et hors grandes agglomérations, il semble que l'offre commerciale pour les achats courants a tendance à être élevée :

- là où se localise une ou plusieurs écoles secondaires¹² (Florenville, Trois-Ponts, Ouffet, Aywaille, Wellin, Jemeppe-sur-Sambre, Erquelines, Rixensart, Amay, Paliseul, La Calamine, Andenne, Saint-Georges-sur-Meuse, Saint-Ghislain, Sambreville, Habay, Quiévrain, Esneux et Gerpennes sont toutes caractérisées par un ratio supérieur à 308 m²/1 000 hab., soit 85 % de la moyenne wallonne) ;
- dans certaines communes rurales traversées par de grands axes de circulation (N4 pour Mont-Saint-Guibert ou Tenneville, N63 pour Nandrin et Soheit-Tinlot, N3 pour Crisnée, N 67 pour Lontzen, N5 pour Gerpennes...) ;
- dans les communes rurales disposant d'un haut taux d'emploi et/ou d'une part importante de la population active occupée travaillant au sein même de la commune (cf carte 6 ci-dessous)¹³ suite à la présence, outre d'un pôle scolaire plus ou moins conséquent, d'entreprises locales importantes ou d'autres gros employeurs du secteur tertiaire implantés à proximité du centre de la commune (Aubel, Lierneux, Bütgenbach...).

La première et la troisième tendance sont en conformité avec la logique sous-tendant le critère du respect de la hiérarchie urbaine. La seconde s'inscrit par contre dans une très forte dépendance à la voiture qu'il est utile de combattre.

Carte 6 : Part de la population active occupée qui travaille dans sa commune de résidence en 2001 (excepté la population travaillant à domicile)



Source : VERHETSEL A., THOMAS I., VAN HECKE E. ET BEELEN M., 2006, p. 29

¹² Source : www.enseignement.be (portail officiel pour l'enseignement de la Communauté française de Belgique)

¹³ Voir à ce sujet l'Atlas CPDT, 2002, p. 21 sur base des données du recensement de 1991 ou VERHETSEL A., THOMAS I., VAN HECKE E. ET BEELEN M., 2006, p. 29 sur base de l'ESE 2001.

- La surface de vente de commerce de détail alimentaire par 1 000 habitants au niveau des anciennes communes avant fusion

C'est à cette échelle des anciennes communes qu'il nous apparaît le plus intéressant de veiller au respect de la hiérarchie urbaine en confrontant la taille des projets commerciaux envisagés, l'offre actuelle du pôle concerné et l'offre moyenne des polarités du même niveau hiérarchique.

Tableau 5 : Densité commerciale pour les achats courants dans les anciennes communes de la Région wallonne disposant d'une densité commerciale élevée (surface de vente / 1 000 hab. > 150 % de la moyenne régionale)

	Anciennes communes	Surf. de vente (m ²)	Population (2007)	Surf. de vente / 1 000 hab.
1	Noirefontaine	1625	397	4093
2	Recogne	4775	1660	2877
3	Froyennes	5905	2106	2804
4	Saint-Séverin	1290	753	1713
5	HANNUT	7100	4392	1617
6	Hognoul	1755	1167	1504
7	Corbais	1750	1164	1503
8	MESSANCY	6200	4173	1486
9	Thorembais-Saint-Trond	1915	1323	1447
10	SOHEIT-TINLOT	500	364	1374
11	Sensenruth	675	500	1350
12	Moustier	850	654	1300
13	FLORENVILLE	3200	2469	1296
14	Rocourt	8215	6463	1271
15	Bonnelles	6300	5054	1247
16	BEAURAING	3200	2593	1234
17	MARCHE-EN-FAMENNE	7425	6161	1205
18	Neu Moresnet	2850	2396	1189
19	Naninne	1850	1566	1181
20	Wandre	6440	5578	1155
21	EGHEZEE	2470	2140	1154
22	TROIS-PONTS FOSSE	1500	1308	1147
23	WELLIN	1375	1204	1142
24	Bohan	370	333	1111
25	Manderfeld	1420	1291	1100
26	SANKT-VITH	3420	3296	1038
27	PHILIPPEVILLE	2550	2567	993
28	CHIMAY	3325	3400	978
29	VIRTON	3575	3701	966
30	WANZE	2825	2925	966
31	FLERON	5865	6096	962
32	GENAPPE	1675	1746	959
33	Loncin	2700	2871	940
34	Hornu	8345	9146	912
35	Epinois	1400	1544	907
36	Tongrinne	1350	1489	907
37	BEAUMONT	1665	1840	905
38	Verlée	150	168	893
39	Maissin	450	508	886
40	OUFFET	1475	1702	867
41	Dolembreux	1100	1278	861

42	BARVAUX	2275	2661	855
43	Glimes	750	878	854
44	Bilstain	1025	1215	844
45	ERQUELINNES	3250	3854	843
46	Barchon	1045	1257	831
47	Ben-Ahin	2625	3189	823
48	Ways	875	1067	820
49	MALMEDY	4955	6092	813
50	JODOIGNE	4165	5226	797
51	GEER	320	404	792
52	Bierges	3590	4538	791
53	Bierwart	350	443	790
54	JEMEPPE-SUR-SAMBRE	4625	5974	774
55	BASTOGNE	6575	8581	766
56	ANDENNE	6760	8896	760
57	Opheylissem	500	658	760
58	COUVIN	2975	3938	755
59	ETALLE	1200	1632	735
60	Battice	4050	5523	733
61	Sougné-Remouchamps	2725	3728	731
62	Hamme-Mille	1650	2264	729
63	HOTTON	2025	2822	718
64	Gosselies	7725	10808	715
65	FLORENNES	2700	3806	709
66	AYWAILLE	3625	5155	703
67	BASSENGE	625	903	692
68	SOUMAGNE	4820	7092	680
69	CINEY	5400	7973	677
70	Lodelinsart	5840	8678	673
71	NEUFCHATEAU (LUX)	1825	2712	673
72	Bouge	2975	4467	666
73	Belgrade	3380	5108	662
74	WAREMME	6795	10308	659
75	BERTRIX	3675	5618	654
76	LONTZEN	2150	3295	653
77	Corbion	400	617	648
78	LA LOUVIERE	13160	20468	643
79	Tertre	3005	4779	629
80	Jemelle	1215	1952	622
81	SAINT-HUBERT	1925	3094	622
82	Saint-Géry	350	566	618
83	Marcq	1490	2428	614
84	VAUX-LEZ-ROSIERES	450	739	609
85	Marbais	1680	2773	606
86	Wépion	3750	6237	601
87	HAMOIR	900	1511	596
88	Genvai	4610	7740	596
89	BIEVRE	650	1102	590
90	GEDINNE	645	1094	590
91	CRISNEE	1645	2801	587
92	VIELSALM	2290	3919	584
93	SOIGNIES	7530	12995	579

94	DINANT	5875	10159	578
95	Bon-Secours	920	1599	575
96	Gozée	2360	4157	568
97	FOSES-LA-VILLE	2405	4262	564
98	ATH	6925	12309	563
99	Hyon	2150	3840	560
100	VAUX-CHAVANNE	325	585	556
101	WATERLOO	16030	28984	553
102	DOISCHE	325	589	552
103	Lavacherie	380	691	550
104	Haine-Saint-Pierre	4090	7441	550
105	HERSTAL	14690	26730	550
106	METTET	2225	4105	542
107	GERPINNES	2800	5182	540
108	Tihange	1625	3013	539
109	Jambes	9750	18081	539
110	MONTIGNY-LE-TILLEUL	4795	8946	536
111	ANS	7075	13295	532
112	HABAY-LA-NEUVE	1600	3023	529
113	JAMOIGNE	725	1379	526
114	Jauche	855	1635	523
115	HASTIERE-LAUAUX	785	1511	520
116	DONCEEL	200	388	515
117	SPA	5350	10430	513
118	OHEY	800	1560	513
119	SAINT-GHISLAIN	2140	4239	505
120	Heusy	2870	5722	502
121	HOLLAIN	600	1201	500
122	LENS	860	1724	499
123	EUPEN	7385	14808	499
124	Luttre	1650	3316	498
125	MORLANWELZ-MARIEMONT	4550	9159	497
126	Haccourt	1815	3657	496
127	CELLES	620	1254	494
128	MONS	13580	27624	492
129	GEMBOUX	6865	14092	487
130	Falisolle	1650	3409	484
131	ARLON	6700	13860	483
132	Saint-Remy	200	414	483
133	CHAUMONT-GISTOUX	1705	3563	479
134	LESSINES	3925	8219	478
135	Blaton	1925	4032	477
136	ROCHEFORT	2275	4820	472
137	ANTOING	1450	3080	471
138	Jemappes	4885	10478	466
139	REMICOURT	625	1342	466
140	Châtelineau	8065	17349	465
141	PALISEUL	825	1801	458
142	Bouffioulx	2250	4931	456
143	AMAY	3495	7814	447
144	WALCOURT	875	1965	445
145	JURBISE	900	2024	445

146	Liers	725	1636	443
147	PECQ	850	1924	442
148	FLEMALLE-HAUTE & GRANDE	5700	12910	442
149	Alleur	4200	9591	438
150	BOUILLON	950	2174	437
151	HOUFFALIZE	560	1283	436
152	ASSESE	725	1666	435
153	BINCHE	3645	8405	434
154	Boirs	350	810	432
155	LA ROCHE-EN-ARDENNE	775	1822	425
156	Bierghes	750	1784	420
157	ATHUS	3025	7218	419
158	Leuze (Eghezée)	1000	2396	417
159	Eynatten	1420	3404	417
160	GRACE-BERLEUR	4145	9944	417
161	LIERNEUX	990	2385	415
162	Tilff	2275	5494	414
163	ANDERLUES	4755	11615	409
164	LEUZE-EN-HAINAUT	2825	6973	405
165	Heinsch	2000	4940	405
166	On	725	1792	405
167	FERRIERES	575	1452	396
168	Bois-de-Villers	1170	2976	393
169	RENDEUX	450	1149	392
170	EMBOURG	2500	6390	391
171	MOUSCRON	13470	34434	391
172	TELLIN	375	961	390
173	Nil-Saint-Vincent-Saint-Martin	695	1784	390
174	ENGHIEN	1290	3315	389
175	FONTAINE-L'EVEQUE	3175	8181	388
176	Tourpes	340	877	388
177	CHATELET	5200	13421	387
178	CHAPELLE-LEZ-HERLAIMONT	3725	9620	387
179	GREZ-DOICEAU	2275	5886	387
180	Couillet	4390	11362	386
181	Lambusart	1100	2868	384

Source : SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, 2008

Légende : En gras et majuscule, les anciennes communes associées à la partie centrale des pôles du SDER. En gras, majuscule et italiques, les anciennes communes chefs lieu des communes non retenues comme pôle du SDER.

On observe sur base de ce découpage par anciennes communes une beaucoup plus grande hétérogénéité dans la densité commerciale pour les achats courants (mesurée en nombre de m²/1 000 habitants) que pour le découpage par commune. Alors qu'à l'échelon des entités après fusion 248 communes sur 262 (soit 94,7%) étaient le siège d'au moins une supérette ou grande surface alimentaire, cette proportion tombe à 35,1 % quand on s'intéresse aux 1471 anciennes communes composant le territoire wallon. A l'opposé, tandis qu'au niveau communal actuel, aucune commune ne dépasse le seuil d'un m²/habitant et que la densité maximale est (à Messancy) de 830 m²/1 000 habitants, les anciennes communes dépassant le seuil d'un m²/habitant sont au nombre de 26. Dans le cadre de ce découpage fin, les densités maximales sont observées dans les localités de Noirefontaine - près de Bouillon -

(4 093 m²/1 000 habitants), Recogne (2 877 m²/1 000 habitants) et Froyennes (2 804 m²/1 000 habitants).

Lorsque l'on s'intéresse aux anciennes communes ayant les plus fortes densités commerciales pour les achats courants (soit une densité > 150 % de la densité moyenne wallonne), on se rend compte que figurent dans cette liste du tableau 5 la localité centrale d'un grand nombre de pôles du SDER (40 des 181 anciennes communes concernées). En font aussi partie un grand nombre d'anciennes communes chefs lieu des communes non retenues comme pôle du SDER (64 des 181 anciennes communes concernées). Pour ces pôles du SDER et la plupart de ces anciennes communes chefs lieu de commune, on peut penser qu'une offre commerciale dépassant dans une certaine mesure de plus de 50 % la moyenne wallonne est conforme au principe de la hiérarchie urbaine. Dépasser de plus de 200 % la moyenne wallonne (et donc 765,9 m²/1 000 habitants) même pour le chef lieu d'un pôle du SDER paraît par contre attester sans doute d'une situation de suroffre. Une telle situation, rencontrée dans un certain nombre de petites villes (Hannut, Marche-en-Famenne, Beauraing...), devrait sans doute être évitée à l'avenir dans une perspective de développement durable.

Parmi les 77 autres anciennes communes dont l'offre commerciale pour l'alimentaire dépasse de plus de 50 % la moyenne wallonne, notons qu'il en existe un grand nombre qui jouent un rôle secondaire non négligeable en tant que pôle d'emploi et de services dans une perspective multifonctionnelle (Hamme-Mille, Gosselies, Bouge, Jemelle, Genval, Haine-St-Pierre, Jambes, Heusy, Blaton ou Jemappes). On peut en déduire que même à cette échelle, relativement peu nombreux sont les cas où l'on a affaire à une suroffre manifeste dans des localités ne jouant aucun rôle significatif en termes de pôle d'emploi et de services autres que commerciaux. Il en existe pourtant quelques uns.

On ne sera guère surpris d'y retrouver des localités périurbaines et des villages traversés par des routes nationales à quatre bandes ou bénéficiant d'une sortie autoroutière comme Froyennes, Noirefontaine, Recogne, Rocourt, Bierges, Saint-Séverin, Bonnelles, Corbais, Hognoul, Thorembais-St-Trond ou Barchon. Notons que, dans le cas de Froyennes, Messancy, Recogne, Rocourt, Bierges, Bonnelles, Lodelinsart, Hornu ou Fléron, ce très fort dépassement vis-à-vis de la moyenne wallonne s'explique par la présence au sein de ces anciennes communes d'un hypermarché, installé depuis plus de trente ans aujourd'hui. Toutefois, dans le cas de Noirefontaine, Saint-Séverin, Corbais, Thorembais-Saint-Trond, Sensenruth, Dolembreux, Barchon ou Sougné-Remouchamps, cette surabondance de l'offre réside plutôt dans une accumulation récente (ces 15 dernières années) de divers supermarchés et supérettes. Reproduire de telles suroffres dans de tels contextes non associés à des pôles d'emplois et de services multifonctionnels nous paraît contraire à un développement durable.

Dans ce type de localité, avant d'autoriser à nouveau de nouveaux développements commerciaux pour les achats courants, il serait bon de faire une longue pause. Un accroissement de l'offre liée aux achats courants n'y est souhaitable qu'au cas où ces localités seraient amenées à poursuivre un intense développement en tant que lieu de résidence, d'emploi et de services. Ceci n'empêche pas que, dans la même entité communale, d'autres localités aient le potentiel pour accueillir de nouvelles surfaces commerciales alimentaires tout en respectant la logique de la hiérarchie urbaine.

Au niveau des anciennes communes situées au centre des grandes agglomérations, seules deux localités abritent une offre commerciale alimentaire dépassant de plus de 50 % la moyenne wallonne : La Louvière (avec 643 m²/1 000 habitants) et Mons (avec 492 m²/1 000 hab.). Les autres anciennes communes formant le cœur des grandes agglomérations ont

une offre commerciale proche de la moyenne wallonne (de 220 m²/1 000 hab. à Namur à 349 m²/1 000 hab. à Verviers¹⁴).

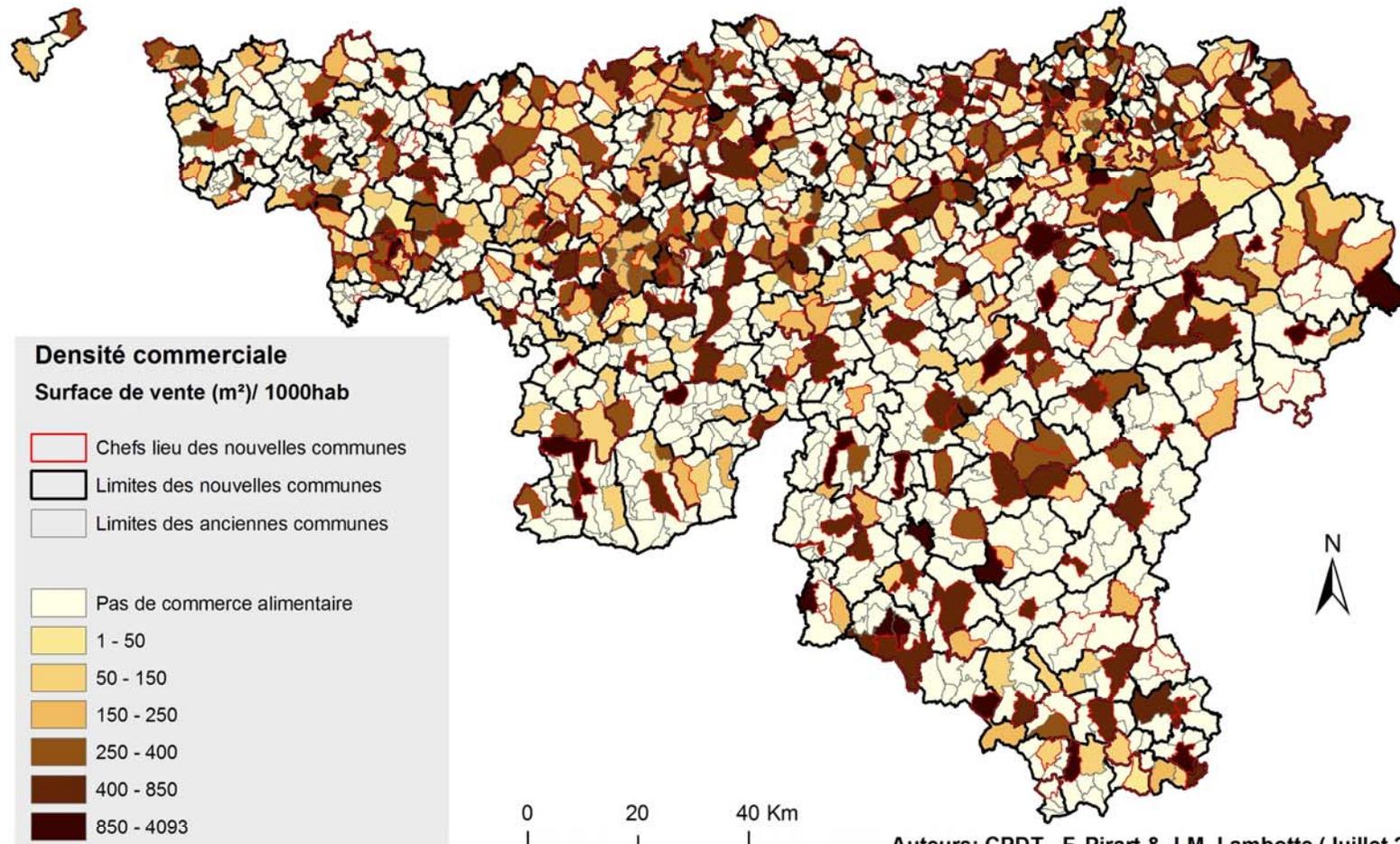
Quant aux pôles du SDER, sur les 58 pôles wallons, si 40 dépassent de plus de 50 % la densité moyenne wallonne (383,0 m²/1 000 hab.), 8 autres ont une offre comprise entre 120 et 150 % de la densité moyenne wallonne (Comines, Tubize, Wavre, Tournai, Nivelles, Verviers, Stavelot et Ottignies). Deux autres ont une offre comprise entre la moyenne wallonne (255,3 m²) et 120 % de cette valeur (306,4 m²) : Braine-le-Comte et Huy. Seules 8 anciennes communes correspondant aux pôles du SDER ont une densité inférieure à la moyenne wallonne, ce qui signifie sans doute une forte dépendance des populations résidant dans ces centres urbains pour des grandes surfaces implantées plus en périphérie. On peut considérer qu'il s'agit à cette échelle d'une relative sous-offre (en général largement compensée par une suroffre dans les localités voisines périphériques). Parmi celles-ci, il n'est guère étonnant d'y retrouver les anciennes communes centres des trois principales villes wallonnes (Charleroi, Liège et Namur). S'y ajoutent Visé, Herve, Thuin, Libramont et Braine-l'Alleud. A l'exception de cette dernière ancienne commune caractérisée par une densité de 200 m²/1 000 hab., soit 78,3 % de la moyenne wallonne, ces 7 autres chefs lieu de pôles du SDER ont une offre comprise entre 85 et 100 % de la moyenne wallonne (soit entre 217,0 m²/1 000 hab. et 255,3 m²/1 000 hab.). L'offre sur les localités voisines telles que Lodelinsart, Rocourt, Bouge, Belgrade, Haccourt, Battice, Gozée, Recogne et Waterloo compense largement dans le cas de ces localités cette offre inférieure à la moyenne wallonne. Cette compensation implique toutefois une forte dépendance à la voiture. La (ré)ouverture de l'un ou l'autre supérette, voire supermarché au sein des centres de ces pôles du SDER aurait sans doute un certain intérêt pour réduire cette dépendance à la voiture.

On peut aussi s'intéresser, sur base de cette même base de données croisant le nombre de m² de commerce alimentaire et le volume de population par ancienne commune, aux localités qui ne disposent plus aujourd'hui d'une quelconque offre commerciale en alimentaire (soit 65 % des localités wallonnes). On peut se demander à partir de quel volume de population résidente et (éventuellement) d'emploi et de services, devient-il possible d'atteindre avec une certaine probabilité une rentabilité suffisante pour assurer la viabilité d'une supérette d'au moins 300 m², à l'image de ce qui se développe en divers coins de Wallonie ces dernières années. Le tableau 6 fournit quelques enseignements à ce propos. Nous y avons classé l'ensemble des 1471 anciennes communes wallonnes en 19 classes selon leur volume de population.

On y voit que plus le volume de population augmente, plus la probabilité de trouver au sein d'une ancienne commune une surface commerciale dédiée à l'alimentaire et aux autres biens de consommation courante est grande. Si les anciennes communes de plus de 7 000 habitants disposent toutes d'au moins une surface commerciale en alimentaire, l'existence d'une telle offre dans les anciennes communes de moins de 900 habitants est très rares (de moins de 1 % jusqu'à 16,7 % selon la tranche de population). Il faut dépasser le seuil de 2 500 habitants pour qu'une majorité des localités disposent d'une telle surface commerciale (72,1 % pour la tranche 2 500 à 3 000 habitants). Dès la classe 1 500-2 000 habitants, on approche d'une moyenne d'une localité sur deux disposant d'un commerce de biens de consommation courante (49,6 %).

¹⁴ 339 m²/1 000 hab. à Tournai, 243 m²/1 000 hab. à Charleroi et 228 m²/1 000 hab. à Liège.

**CARTE 7 : DENSITE COMMERCIALE DES MAGASINS D'ALIMENTATION
DANS LES ANCIENNES COMMUNES WALLONNES (2008)**



Auteurs: CPDT - F. Pirart & J-M. Lambotte (Juillet 2009)
Sources: INS, IGN, SPF économie (2008)

Tableau 6 : Croisement entre le volume de population par ancienne commune, la présence ou l'absence de commerce alimentaire, la surface de vente moyenne ou médiane et la présence ou non du chef lieu de la commune

Classe de population	Nombre d'anciennes communes ayant au moins une surface commerciale	Nombre total d'anciennes communes	Part des anciennes communes ayant une surface commerciale alimentaire	Sur base des anciennes communes comportant au moins un commerce alimentaire		Sur base de toutes les anciennes communes		Nombre d'anciennes communes abritant le chef lieu			Surface moyenne dans les anciennes communes abritant le chef lieu	Surface moyenne dans les autres anciennes communes
				Surface moyenne	Surface médiane	Surface moyenne	Surface médiane	Nombre total d'anciennes communes abritant le chef lieu	Nombre d'anciennes communes abritant le chef lieu ayant au - 1 commerce	Nombre d'anciennes communes abritant le chef lieu ayant au moins 400 m ² de commerce		
Moins de 300	1	142	0,7%	150	150	1	0	1	0	0	0	1
300-399	4	101	4,0%	674	440	27	0	2	2	1	350	20
400-499	7	98	7,1%	181	100	13	0	2	1	0	160	10
500-599	7	97	7,2%	332	325	24	0	3	2	0	325	18
600-699	8	85	9,4%	338	280	32	0	3	1	0	100	33
700-799	13	93	14,0%	254	150	36	0	5	3	1	136	30
800-899	11	66	16,7%	256	200	43	0	3	3	0	133	38
900-999	13	57	22,8%	226	200	51	0	7	6	1	251	24
1000-1199	25	83	30,1%	413	250	124	0	8	7	3	334	102
1200-1499	37	107	34,6%	503	275	174	0	19	11	8	371	131
1500-1999	58	117	49,6%	648	250	321	0	32	25	18	571	227
2000-2499	36	87	41,4%	839	400	347	0	15	13	7	734	267
2500-2999	31	43	72,1%	1014	500	731	350	19	18	11	1092	446
3000-3999	67	84	79,8%	1107	750	883	600	40	37	30	1164	628
4000-4999	42	50	84,0%	1399	890	1175	720	17	17	12	1820	843
5000-6999	53	57	93,0%	2119	1305	2063	1250	24	23	22	2457	1777
7000-9999	50	50	100,0%	2736	2400	2736	2400	27	27	25	3026	2396
10000-19999	38	38	100,0%	4760	4820	4760	4820	22	22	22	5250	4087
20000-105352	16	16	100,0%	10014	8775	10014	8775	13	13	13	10817	6535
Total RW	517	1471	35,1%	1692	750	595	0	262	231	174	2056	352

Source : SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, 2008

Il est également possible d'examiner l'importance de l'offre commerciale en termes de surface de vente associée aux diverses localités répertoriées dans chaque classe de population. Pour chacune de ces classes nous avons calculé la surface de vente moyenne et médiane de l'ensemble de l'offre commerciale alimentaire contenue dans chaque localité. Ces moyennes et médianes ont été calculées d'une part en excluant les localités qui ne comportent aucun commerce alimentaire (5^{ème} et 6^{ème} colonnes) ou en incluant toutes les anciennes communes (7^{ème} et 8^{ème} colonnes). Quand on s'intéresse aux colonnes n°5 et 6, tandis que les valeurs moyennes sont tirées vers le haut par quelques localités à l'offre surabondante même dans des localités relativement peu peuplées (Froyennes, Recogne, Barchon, Corbais, Hognoul, Saint-Séverin, Noirefontaine...), les valeurs médianes reflètent mieux la situation. Il apparaît que les supérettes (surfaces de ventes < 400 m²) dominent dans les anciennes communes de moins de 2000 habitants. A partir de ce seuil, le nombre de supermarchés augmente rapidement au sein des communes disposant d'un commerce alimentaire. Quand on passe aux colonnes n°7 et 8 relatives aux moyennes et médianes calculées sur l'ensemble des localités, la surface moyenne semble par contre la plus intéressante à analyser. Le seuil de 1 500 habitants apparaît comme un cap (passage de 174 m² en moyenne pour la classe 1 200 à 1 500 habitants à 321 m² en moyenne pour la classe 1 500 à 2 000 habitants). Un second cap est franchi au seuil de 2 500 habitants (passage de 347 m² en moyenne pour la classe 2 000 à 2 500 habitants à 731 m² en moyenne pour la classe 2 500 à 3 000 habitants).

Nous avons tenté d'appréhender dans quelle mesure le fait, pour une ancienne commune, d'être le chef lieu d'une actuelle entité communale augmente, d'une part, la probabilité de disposer d'un commerce dédié aux achats courants et, d'autre part, la surface de vente de ce magasin, tenant compte d'un même volume de population. Des valeurs inscrites dans la partie droite de ce tableau 6, il ressort que cette influence est forte mais pas systématique. Ainsi, dès le seuil de 2 000 habitants, il est très rare de voir une ancienne commune chef lieu d'une actuelle entité communale ne pas disposer d'implantation commerciale liée aux achats courants. Dans les 26 anciennes communes peuplées de moins de 1 000 habitants et qui sont chefs lieu de commune, 18 disposent d'ailleurs d'une surface commerciale. Cependant, il s'agit dans la majorité des cas de supérettes car seules 3 de ces localités disposent de plus de 400 m² de commerce alimentaire. Quand on compare les deux dernières colonnes, on voit que :

- le seuil de population à dépasser pour avoir une surface moyenne en alimentaire calculée sur l'ensemble des anciennes communes abritant un chef lieu supérieure à 300 m² est de 1 000 habitants ;
- le seuil de population à dépasser pour avoir une surface moyenne calculée sur l'ensemble des autres anciennes communes supérieure à 300 m² est de 2 500 habitants.

Ces seuils de 1 000 habitants pour les localités chefs lieu de commune et 2 500 habitants pour les autres localités peuvent à l'avenir servir de référence pour gérer certains projets commerciaux. La connaissance de ces seuils peut aider à répartir le commerce de manière à minimiser à l'avenir le nombre de localités rurales ou urbaines non équipées alors qu'elles disposent du potentiel pour accueillir un commerce alimentaire de proximité viable (soit le format des supérettes de 300 m² et plus aujourd'hui en vogue). Ces seuils sont toutefois fournis à titre indicatifs car l'attraction des clients dans les commerces de proximité et leur viabilité dépendent de multiples facteurs non abordés dans cette analyse centrée sur un seul type de paramètre (offre concurrente, politique de prix de la chaîne commerciale, capacité du gestionnaire, localisation microspatiale vis-à-vis des flux de voitures et de piétons, disponibilité en parking...). Il est utile toutefois de rappeler qu'il s'agit ici d'un sérieux enjeu d'ailleurs évoqué dans le SDER. Ainsi, ce dernier propose d'encourager, dans les petits noyaux d'habitat isolés, la réouverture de petits commerces pour faciliter l'accessibilité des personnes non motorisées (p. 177).

Notons pour conclure que ces seuils sont sans doute appelés à l'avenir à évoluer. Ainsi, le vieillissement de la population a un impact. Une fois à la retraite, les chaînes de déplacement se modifient. Les retraités ont tendance à opter pour les magasins les plus proches de leur lieu de résidence, ce qui accroît la fréquentation des commerces de proximité. Cette tendance, particulièrement marquée il y a deux ou trois décennies, s'estompe toutefois légèrement. En effet, il faut souligner l'arrivée de nouvelles générations de retraités qui gardent une grande mobilité et poursuivent, durant un certain nombre d'années, un comportement d'achats marqué par des déplacements (moyennement) longs vers les grandes surfaces fréquentées auparavant.

De même, le renchérissement attendu des prix de l'énergie avec l'arrivée du pic pétrolier devrait aussi avoir un impact sur les chaînes de déplacement et inciter au recours maximal à la marche à pied pour les déplacements pouvant se faire sur de courtes distances. Ce facteur devrait également favoriser le retour vers cette forme de commerce de proximité et permettre la réouverture de points de vente dans des villages un peu moins peuplés.

b) Avantages et inconvénients d'une telle approche :

Avantages :

- 1) Cette méthode permet, à différentes échelles, de mettre en évidence des localités atteintes par une évidente suroffre commerciale en comparaison avec leur rôle dans la hiérarchie urbaine. Elle permet aussi d'isoler des localités où des possibilités de redéploiement de l'offre commerciale subsistent et de fournir un ordre de grandeur pour le nombre de m² qu'il serait possible d'y implanter.
- 2) Pour le commerce de biens de consommation courante, il s'agit d'une méthode simple à mettre en œuvre si l'on accepte de tenir compte de façon très sommaire du rôle joué par les diverses localités en tant que pôle d'emploi et de services.
- 3) Cette façon d'aborder le respect de la hiérarchie urbaine s'apparente à la façon dont la province du Limbourg néerlandais ou le Kreiss Aachen gèrent ce problème pour leurs principales polarités urbaines dans chacune des branches commerciales. Elle n'est donc aucunement inédite dans ses principes.

Inconvénients :

- 1) Cette méthode ne prend nullement en compte l'impact des inégalités en matière de pouvoir d'achat sur l'importance du volume des achats. Nous pensons toutefois que cet impact est très modéré en ce qui concerne la plupart des biens de consommation courante. Dans notre pays où existe une sécurité sociale développée, on n'achète pas plus de nourriture (mais des produits plus chers) quand on fait partie des hauts revenus que quand on est pauvre. De façon provocante, on peut même dire qu'il n'y a pas plus d'obésité à Lasne qu'à Wasmuel. S'il est vrai que certains biens d'achats sont plus achetés par certains profils de population (à l'image des plats préparés équilibrés surgelés et de certaines eaux chez les populations aisées), cela est compensé chez d'autres personnes par le recours massif à des produits de substitution. En fait, le revenu a plus d'impact sur les marques achetées, sur les chaînes commerciales fréquentées que sur la quantité d'achats dans son ensemble pour ces produits répondant à des besoins primaires. Il n'est donc pas logique d'avoir plus de m² de commerce de biens de consommation courante par 1 000 habitants au centre du Brabant wallon que dans le Borinage ou au fond de Seraing. Vis-à-vis de la théorie économique, les biens de consommation courants s'apparentent donc à des biens de nécessité (c'est-à-dire des biens dont la demande croît moins vite que le revenu). Certains produits comme le tabac font d'ailleurs partie de la catégorie des biens inférieurs (biens dont la demande diminue quand le revenu du consommateur augmente).

Par ailleurs, l'objection qui veut qu'un m² de surface de vente dans telle enseigne n'équivaut pas un m² de surface de vente dans telle autre enseigne a une pertinence assez limitée dans le commerce de produits de consommation courante contrairement à d'autres biens comme le vêtement ou la chaussure.

Bien entendu, si l'on tente de transposer cette approche à d'autres types de biens que les biens de consommation courante, il est nécessaire de bien intégrer alors l'impact du niveau de revenu sur la demande des différents produits. Il faut aussi dans ce cas tenir compte d'une approche plus qualitative au niveau des enseignes.

2) Pour mettre en œuvre cette approche jusqu'au bout de la réflexion, il convient de disposer de données fiables sur l'importance de chaque localité en tant que centre d'emploi et de service à l'échelon des anciennes communes. Identifier les polarités de taille similaire dont l'offre commerciale doit être comparée avec celle d'un pôle où est envisagé un projet commercial nécessite de combiner des volumes de population résidente, des volumes de travailleurs et des indicateurs divers pour la fréquentation des différents services. Cette combinaison de variables indépendantes pose d'évidents problèmes déjà soulignés. Il s'avère également indispensable d'intégrer dans ce cadre l'impact de l'activité touristique sur l'offre commerciale. Il s'agit donc de prendre en compte l'économie présentielle, sujet étudié dans le cadre du thème 4 de la CPDT¹⁵.

3) Pour transposer cette approche à d'autres branches commerciales, il convient de disposer de données fiables et régulièrement remises à jour sur l'offre commerciale (en nombre de points de vente et m², éventuellement ventilés par type d'enseignes). Ce type de découpage par branches pose d'évidents problèmes pour faire rentrer certains types de commerce dans la (ou les) branche(s) adéquate(s). Les hypermarchés ne vendent ainsi pas que des biens de consommation courante. Avec l'avènement de formules commerciales basées sur une offre en bouquet (tout pour bébé, tout pour le sport, tout pour la culture et l'électronique...), il est bien difficile d'opérer ce découpage en branches.

4) Cette approche fournit des enseignements qu'il convient de manipuler avec grand discernement, sans dogmatisme. Comme souligné ci-dessus, la fréquentation des commerces par les consommateurs et leur viabilité dépendent de multiples facteurs non abordés dans cette analyse centrée sur un seul type de paramètre (offre concurrente, politique de prix de la chaîne commerciale, réputation, capacité du gestionnaire, localisation microspatiale vis-à-vis des flux de voitures et de piétons, disponibilité en parking...).

5) Pour transposer cette méthode à d'autres branches commerciales, il s'avère nécessaire de disposer d'un monitoring complet de l'offre sur l'ensemble du territoire wallon. Bien entendu, ce dernier doit pouvoir être régulièrement remis à jour. Or, un tel outil reste à créer.

4. AFFINAGE DU CRITÈRE AU NIVEAU MICROSPATIAL : L'ACCESSIBILITÉ PAR LES ALTERNATIVES À LA VOITURE ET LA MIXITÉ LOGEMENT – COMMERCE

4.1 RAPPEL DE LA PHILOSOPHIE DU CRITÈRE

La philosophie de ce critère est d'enrayer la dépendance à la voiture générée par une mauvaise localisation des nouvelles implantations commerciales et de contribuer ainsi à :

- la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre ;
- un renforcement progressif de l'offre commerciale accessible aux personnes non ou peu motorisées.

Si le critère du respect de la hiérarchie urbaine concerne les grandes surfaces commerciales dépassant un certain seuil de surface de vente (à l'image de la loi sur le permis socio-économique actuel qui n'agit pas sur les implantations commerciales de moins de 400 m²), le présent critère devrait selon nous s'appliquer à tous types de commerces, indépendamment de leur taille. La multiplication des petites implantations commerciales, en particulier

¹⁵ M.-L. DE KEERSMAECKER, 2007, p. 32

d'équipement de la personne et de biens de consommation courante en des lieux totalement dépendants de la voiture est une tendance à proscrire.

A l'image des Pays-Bas et de l'Allemagne, il est indispensable de différencier la localisation optimale du commerce selon l'assortiment. En effet, tandis que la vente de certains produits pondéreux rend la localisation périphérique de ces commerces nécessaire, les principes du développement durable imposent une localisation facilement accessible à pied et en transport en commun pour d'autres biens moins pondéreux. Ce critère d'accessibilité par les alternatives à la voiture doit servir de fil rouge vis-à-vis de cette logique de localisation préférentielle du commerce variable selon l'assortiment.

A cet égard, il convient de distinguer trois types de localisations privilégiées correspondant à trois types d'assortiments différents :

- les commerces de biens de consommation courante ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux et/ou volumineux ;
- les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux et/ou volumineux ;

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation courante

La mixité logement–commerce est prônée dans tous les territoires analysés lors du benchmarking mais est surtout pratiquée de façon quasi systématique aux Pays-Bas et en Allemagne sauf pour le commerce de biens pondéreux et, dans le cas allemand, pour un nombre limité de grandes surfaces alimentaires. Au vu de ces politiques volontaristes en faveur de l'usage de la marche à pied, il convient de réfléchir à la localisation des implantations commerciales en tenant compte de la métrique piétonne surtout pour les commerces de biens de consommation courante. Si l'on veut s'orienter vers un développement durable pour la fonction commerciale, il paraît en effet opportun de s'inspirer des politiques menées en faveur des centres commerçants de proximité en milieu urbain dans des villes développées sur le modèle de la ville compacte (par exemple Maastricht) ou de la ville des courtes distances (par exemple Münster en Rhénanie du Nord-Westphalie – voir ci-après point 4.2.1.1). Dans ces villes, on observe une distribution de ces petits centres commerçants telle que presque 100 % de la population réside à moins de 800 mètres (soit environ 12 minutes à pied) d'un tel centre. Ces villes cherchent particulièrement à maximiser le volume de personnes vivant à moins de 400 m (soit près de 6 minutes à pied) d'une offre minimale en commerces de proximité. Cette distance seuil peut être utilisée pour créer un critère de localisation à l'échelle microspatiale. Afin de garantir une bonne accessibilité à pied pour un grand nombre de clients potentiels, nous proposons de fixer un nombre minimal de logements devant exister dans un rayon de 400 m, mesuré depuis le centre de gravité de la parcelle où est prévu l'immeuble commercial en question. Ce nombre minimal de logements devrait varier selon la densité de population par commune car la réalité de Daverdisse ou Stoumont n'est pas celle de Saint-Nicolas ou Quaregnon. Si pour les communes les moins densément peuplées quelques dizaines de logements dans un rayon de 400 m pourraient être jugés un nombre suffisant, c'est sans doute bien plus d'une centaine de logements qui devraient être fixés pour les communes les plus denses (par exemple supérieures à 500 habitants/km²).

Nous exposons ci-après au point 4.2, les raisons qui nous poussent à retenir ce seuil de 400 m à vol d'oiseau pour les commerces de biens courants.

Avec les outils informatiques dont on dispose aujourd'hui (les SIG), le calcul de ce nombre de logements dans un rayon de 400 mètres est un exercice assez aisé à réaliser pour autant que l'on dispose du nombre de domiciles associés à chaque parcelle fourni par le cadastre et/ou le registre national.

Le fait que le commerce de biens de consommation courante s'inscrive au sein d'une polarité commerciale existante (tenant compte d'une métrique piétonne vue ici comme une distance maximale de quelques dizaines de mètres d'un regroupement de commerces) pourrait être un critère supplémentaire jugé positivement au cas où il est respecté. Dans certains contextes où le commerce est aujourd'hui une fonction quasi absente d'un territoire disposant du potentiel démographique suffisant pour garantir la pérennité d'une supérette ou d'un supermarché, il devrait avoir un caractère neutre si l'on veut pouvoir y recréer une offre commerciale de proximité. Ceci concerne tant certains villages dont l'habitat s'est fort développé ces dernières années que certains gros quartiers d'habitation de la périphérie des moyennes et grandes villes.

Bénéfices attendus d'une telle logique en dehors de l'impact sur le choix modal associé aux déplacements liés au motif achat

Cette logique prônant un nombre minimum de logements dans un court rayon basé sur ce que l'on connaît de la répartition entre déplacements piétons et déplacements en voiture liés au motif achat présente divers intérêts qui méritent d'être soulignés :

- Ce type de critère peut contribuer à lutter contre le développement du commerce sous forme de ruban. En effet, là où la zone à urbaniser prend la forme d'un ruban de 50 mètres de large de part et d'autre d'une route, il deviendra impossible d'y localiser du commerce au-delà de quelques centaines de mètres du cœur du noyau d'habitat voisin ;
- Ce type de critère permet de lutter contre la localisation du commerce de détail dans les grandes ZAE au-delà d'une distance réduite des quartiers d'habitat denses. Ce type de règle mettra un frein supplémentaire à l'installation de commerces de détail au sein des parcs gérés par les intercommunales de développement économique (IDE). En effet, que ce soit de leur propre initiative ou via le marché de l'immobilier de seconde main, il est arrivé à de nombreuses reprises que ce type d'activités s'installe dans de tels sites qui n'ont pas été destinés à cet usage comme le précise le décret « infrastructure ». Par la même occasion, on peut aussi intervenir sur un des blocages rencontré par les IDE lorsqu'elles cherchent à mettre en œuvre ce vaste potentiel foncier que constituent les terrains en ZAE non encore valorisés. Ces opérateurs sont souvent confrontés lorsqu'ils cherchent à exploiter un site en ZAE d'une certaine taille et bénéficiant d'une bonne accessibilité routière à la préexistence d'un projet commercial. Le fait qu'un jour, un promoteur privé ait souhaité y développer un projet commercial pousse le propriétaire à réclamer un prix de vente hors de portée des IDE malgré l'importance de l'aide accordée par la Région (50 % du coût d'acquisition). Même là où les projets commerciaux sont aujourd'hui abandonnés, la possibilité légale que de tels projets puissent à l'avenir voir le jour suffit à bloquer la mise en œuvre de sites parfois idéaux pour l'aménagement de petits parcs d'activités. Ce phénomène explique partiellement la préférence de ces opérateurs pour les sites impliquant une modification planologique au détriment de la zone agricole.

Par ailleurs, un tel critère offre une certaine souplesse, ce qui permet de tenir compte de l'évolution progressive de la localisation du logement. La délimitation précise de périmètres dans lequel le commerce serait tenu de s'insérer comme le préconise l'UVCW dans son avis nous paraît à cet égard une technique trop rigide et source de multiples querelles potentielles. Avec le critère proposé ici, un projet commercial situé en périphérie immédiate d'un noyau d'habitat dont la localisation ne répond pas dès à présent au seuil minimal associé à ce critère pourrait être accepté moyennant l'insertion, au sein même du projet, d'un volet résidentiel (création d'appartements à l'étage des commerces). Pour rappel, cette pratique est facilitée par la tendance à la création par des promoteurs de tels immeubles mélangeant appartements et commerces et répond à une demande sociale en lien notamment avec le vieillissement de la population. L'intégration, dans le calcul du respect du

nombre minimum de logements à proximité du site convoité, des parcelles liées à un projet de lotissement voisin déjà adopté pourrait aussi offrir cette même souplesse.

A propos de la souplesse évoquée, notons que le(s) seuil(s) que nous proposons de fixer pourrai(en)t être progressivement relevé(s) par les pouvoirs publics une fois l'intégration de cette logique assurée dans le fonctionnement des acteurs de l'immobilier commercial et au fur et à mesure de l'évolution des défis énergétique et climatique. On ne peut révolutionner dès aujourd'hui trop profondément les pratiques des acteurs de l'immobilier commercial en adoptant des seuils très élevés. A l'avenir, il sera toutefois possible de les rehausser lorsque se renforcera la nécessité de lutter contre la dépendance à la voiture par l'aménagement du territoire à cause de la problématique de la réduction des GES liés au transport ou suite à l'augmentation des prix pétroliers une fois arrivé le pic du pétrole. Soulignons à ce propos combien le risque est grand de voir le pouvoir d'achat de la population wallonne baisser en cas de forte hausse des prix pétroliers si on ne lutte pas strictement contre cette dépendance à la voiture.

Il est également possible que, complémentaires aux seuils minimaux fixés par la Région en deçà desquels toute demande pour un nouvel immeuble commercial serait refusé, les communes adoptent un seuil plus élevé si elles veulent avoir une politique volontariste de réduction de la dépendance à la voiture.

Ce type de critère est par ailleurs un incitant à pratiquer une gestion plus parcimonieuse du sol et à concentrer l'habitat là où existent des disponibilités foncières en milieu périurbain ou rural proche du cœur des noyaux d'habitat. Ce serait aussi un incitant à la réutilisation de surfaces vides en milieu aggloméré.

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux

Pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, cette forte mixité avec le logement est aussi à privilégier. Dans le cas de ces produits, une bonne accessibilité en transport en commun semble importer beaucoup plus que dans le cas des commerces de biens de consommation courante. Vu que le nombre de polarités abritant ce type de commerce est plus réduit, une part importante des consommateurs ne peut s'y rendre à pied même dans un pays prônant un recours maximal aux alternatives à la voiture comme les Pays-Bas ou l'Allemagne. Ceci justifie la nécessité d'une bonne accessibilité en transport en commun pour les polarités abritant les commerces de vêtements, chaussures, livres, CD, petit bricolage...

Par rapport aux commerces de biens de consommation courante, le critère d'accessibilité et de mixité que nous proposons doit être à la fois :

- renforcé (élever le nombre de logements minimum requis pour favoriser le regroupement de ce type de commerce dans les centres-villes et les principaux pôles secondaires des grandes agglomérations ainsi que dans le centre des principaux noyaux d'habitat de l'espace rural) ;
- élargi (prendre par exemple un rayon de référence de 700 mètres au lieu de 400 mètres dans le même souci d'un renforcement au profit des espaces centraux des principaux noyaux d'habitat) ;
- complété d'un critère relatif à l'accessibilité par les transports en commun ;
- complété d'un critère secondaire lié à l'intégration de l'immeuble envisagé dans un noyau commerçant (tenant compte à nouveau d'une métrique piétonne vue ici comme une distance maximale de quelques dizaines de mètres à un regroupement de commerces).

Nous exposons ci-après au point 4.2, les raisons qui nous poussent à retenir ce seuil de 700 m à vol d'oiseau pour les commerces de biens semi-courants.

Concernant le critère de l'accessibilité par les transports en commun, on peut négliger le rôle du train pour les déplacements liés au motif achat et se concentrer uniquement sur le réseau de bus (+ tram et métro). Un seuil de distance maximal à un arrêt (par exemple 500 mètres) est un critère indiqué mais largement insuffisant à cet égard. Il doit être complété par une notion de fréquence de passage. Au vu des résultats de la modélisation de l'accessibilité en bus réalisée par le LEPUR dans le cadre de la CPDT¹⁶ pour les déplacements domicile-travail, il apparaît de grandes disparités dans les fréquences de passage des bus entre le milieu rural profond et les principales agglomérations de la Région. Dans ce cadre, fixer une valeur absolue pour cette fréquence serait peu judicieux car elle serait inopérante sur une large partie du territoire. Il vaut mieux s'intéresser à cette fréquence de façon relative à l'offre présente dans chaque commune. Nous préconisons d'examiner si l'arrêt situé à moins de 500 m du projet est desservi par une ou plusieurs lignes dont la fréquence cumulée correspond à une certaine fraction de la fréquence de la ligne la plus fréquente du réseau circulant au sein de la commune en question (par exemple 80 voire 100 %).

Le critère accessibilité / mixité adapté aux commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux

Nous pensons que ce critère devrait être configuré de la même façon que celui pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux mais en allégeant les seuils requis. Il tiendrait donc compte de deux aspects :

- un nombre de logements minimum dans un rayon de référence de l'ordre de 700 mètres ;
- le voisinage à moins de 500 m d'un arrêt de transport en commun desservi par une ou plusieurs lignes dont la fréquence cumulée correspond à une fraction modérée de la fréquence de la ligne la plus fréquente du réseau circulant au sein de la commune en question (par exemple 50 voire 80 %).

Nous proposons que, comme pour le commerce de biens de consommation courante en milieu rural et périurbain, le critère secondaire lié à l'intégration de l'immeuble envisagé dans un noyau commerçant (tenant compte à nouveau d'une métrique piétonne) joue un rôle facultatif. Même aux Pays-Bas, ce type de commerces est en effet accepté de façon ponctuelle dans certaines ZAE. Néanmoins, un regroupement sous forme de parc commercial au voisinage de quartiers d'habitat est à privilégier pour ce genre de commerces.

4.2 JUSTIFICATION DU CHOIX DES DISTANCES DE 400 ET 700 M

Les distances de 400 et de 700 m que nous proposons ont été retenues sur base de trois types d'arguments :

- au vu de quelques indications trouvées dans la littérature scientifique évoquant la relation entre distance à parcourir sur le trajet résidence - commerce et probabilité d'effectuer ses achats à pied ou à vélo ;
- au vu de l'organisation spatiale des noyaux commerçants mise en place dans quelques villes proches en pointe dans la lutte contre la dépendance à la voiture (Maastricht, Münster...) ;
- au vu de la distribution des noyaux commerçants traditionnels (c'est-à-dire antérieurs aux années 50 et à la diffusion de la voiture) au sein des tissus urbains des principales villes wallonnes (prise en compte de la distance séparant en moyenne ces noyaux).

Ce choix s'est aussi opéré au vu des résultats de tests réalisés à propos des distances seuils sur base des données du cadastre pour divers endroits du territoire wallon.

¹⁶ Voir les sites : http://cpdt.wallonie.be/?id_page=73 et <http://cartocit1.wallonie.be/cpdt>

4.2.1 Indications tirées de la littérature scientifique

4.2.1.1 La littérature internationale

Diverses sources semblent indiquer qu'il existe une distance optimale concernant l'espace entre commerces et résidences au-delà duquel l'utilisation des modes lents (de la marche en particulier) diminue fortement. Il n'existe cependant pas de consensus concernant la valeur de cette distance optimale. Selon la source, cette distance varie de 300 à 800 m à vol d'oiseau.

En Angleterre, plusieurs ouvrages ou documents d'orientation font référence à des distances de 300 m, 400 m ou 500 m. Ainsi, en Angleterre le « *Planning Policy Statement 6 : Planning for Town Centres* » présente le seuil de 300 mètres comme une distance en deçà de laquelle il est aisé de marcher. A travers l'approche séquentielle qu'elle préconise (voir benchmarking dans les annexes du Rapport intermédiaire de février 2009), cette politique donne priorité aux centres villes et aux sites qui les bordent directement (i.e. *edge-of-centre sites*) pour le développement de nouveaux projets commerciaux. La distance de 300 mètres et la connectivité au réseau des transports collectifs servent à délimiter ces sites préconisés.

Dans leur ouvrage de référence, "*Shaping Neighbourhoods: A Guide for Health, Sustainability and Vitality*", Barton, Grant et Guise (2003) proposent également que les nouveaux développements devraient être situés à moins de 400 mètres d'un centre local et à 1 500 mètres maximum du centre ville. Ils utilisent le terme « *ped-shed* » (réserve piétonne) pour la zone délimitée par une distance de 800m (10 minutes) autour du centre ville dans laquelle la plupart des résidences devraient se trouver pour atteindre l'accessibilité maximale.

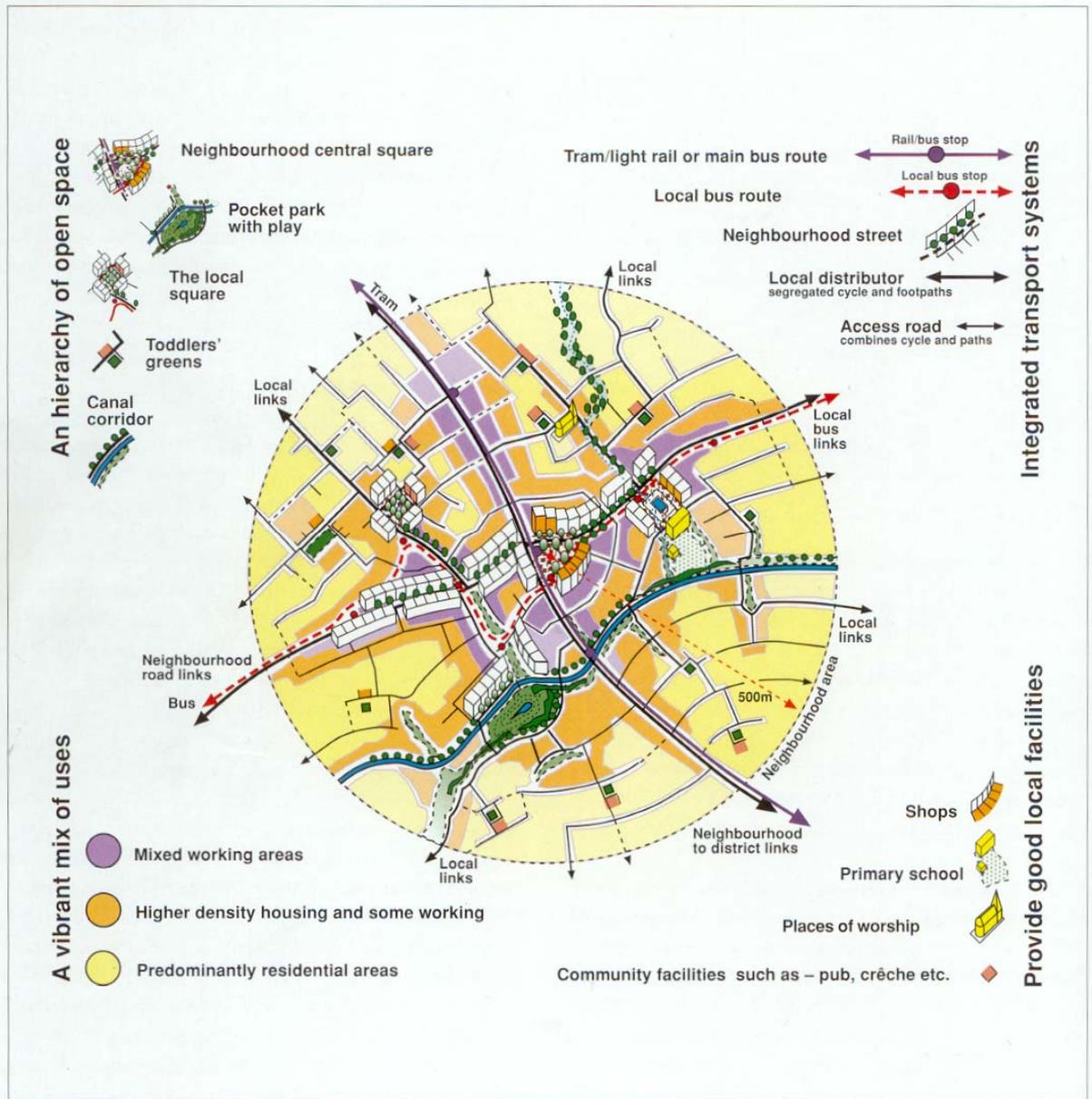
Le rapport final de l'URBAN TASK FORCE mise en place fin des années 1990 en Angleterre (*Towards an urban Renaissance* - 1999) indique que la distance à parcourir optimale entre les limites d'un quartier résidentiel et le centre du quartier où est sensé se localiser le commerce est de l'ordre de 500 m afin de maximiser l'usage des modes lents (voir figure 3). A côté de cette logique liée à l'usage de la voiture, ce rapport fournit aussi une indication :

- du volume de population que nécessite divers services urbains (école primaire, crèche, bureau de poste, commerce de proximité...) pour exister ;
- du rayon du cercle dans lequel pourrait s'inscrire l'ensemble de cette population moyennant une densité donnée.

Pour assurer l'existence d'un commerce de proximité (*corner shop*), un volume minimum de population estimé entre 2 000 et 5 000 habitants est jugé nécessaire. Ceci implique, pour les très fortes densités prônées par ce rapport (150 habitants/ha), une longueur de rayon de l'ordre de 250 m (URBAN TASK FORCE, 1999, pp. 31 et 61). Dans un contexte nettement moins dense tel que celui caractérisant les tissus périurbains et ruraux wallons, une telle distance doit bien entendu être élargie, comme le souligne le rapport en question. Pour un groupe de magasins, la « population de soutien raisonnable » est estimée dans ce rapport entre 5 000 et 10 000 personnes. Ceci est à mettre en relation avec la nécessité quasi systématique, pour assurer l'existence de commerces d'achats semi-courants, d'un volume de population bien supérieur à celui lié à un magasin de proximité orienté achats courants.

Figure 3 : Les composantes clés d'un quartier urbain mixte et intégré

Figure 2.8: The key components of a mixed-use and integrated urban neighbourhood



Source : URBAN TASK FORCE, 1999, p. 66

En Allemagne, divers documents stratégiques font également référence à des distances seuils relatives à l'usage de la marche à pied entre commerces et résidences. Tout d'abord, la cartographie associée au Schéma des fonctionnalités territoriales (*Raumfunktionales Konzept*) de la ville de Münster paraît à cet égard d'une grande pertinence. Pour information, Münster est une ville moyenne (280 000 habitants) située au Nord-Est du Land de Rhénanie du Nord-Westphalie près de la frontière néerlandaise. Dans la littérature, elle est souvent citée en exemple pour sa politique de la ville des courtes distances et, donc, de mixité

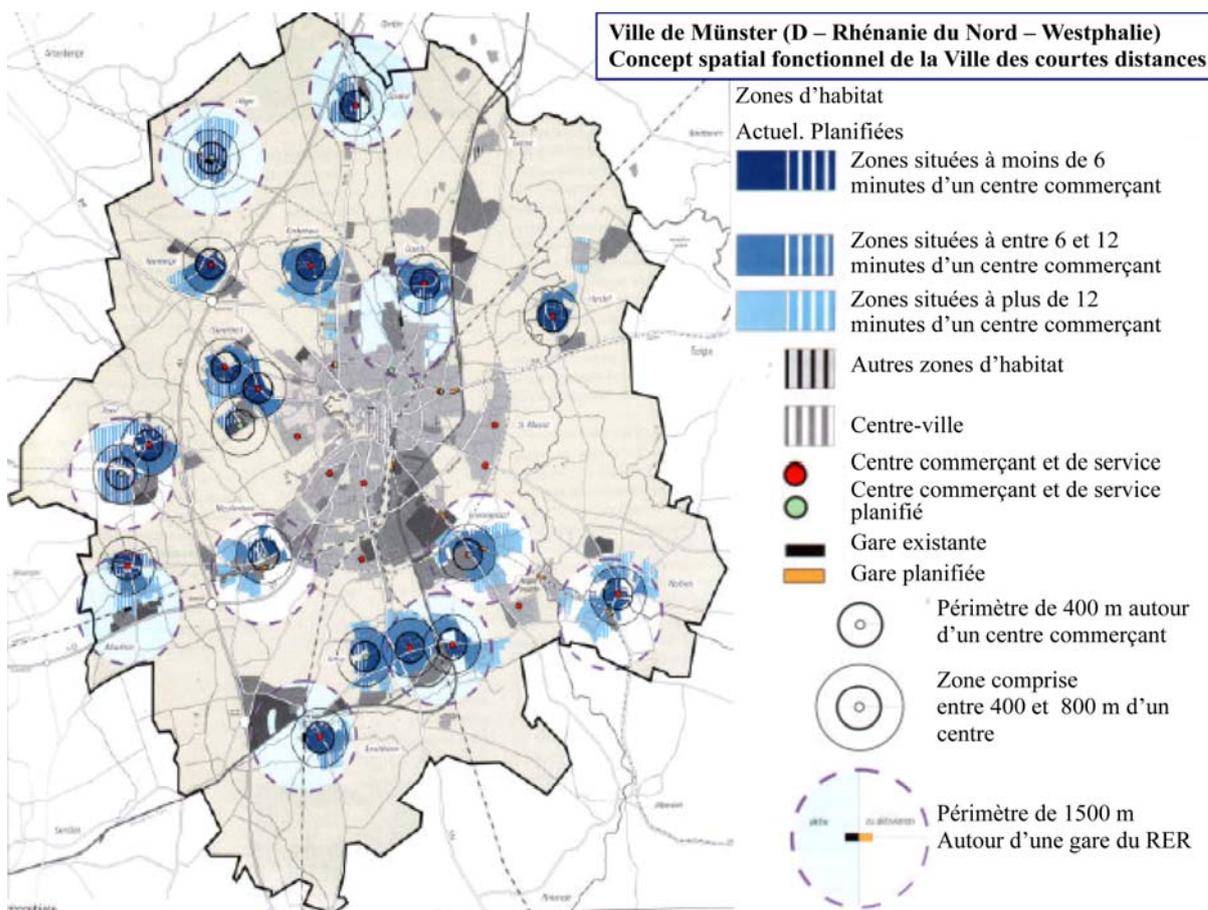
commerce-logement¹⁷. Grâce à cette politique intégrée de transport et d'aménagement du territoire, elle a réussi à fortement limiter l'usage de l'automobile. La part de marché de la voiture n'y est que de 37 %, celle des vélos de 32 % et des TC 10 %. Le solde des parts modales concerne principalement la marche à pied et, secondairement, les autres modes de transport. A Münster, le schéma des fonctionnalités territoriales ou concept spatial fonctionnel (*Raumfunktionales Konzept*) vise à maîtriser l'urbanisation et par conséquent la mobilité à l'échelle communale, échelle coïncidant avec celle de l'agglomération. Ce schéma (Carte 8) fournit une stratégie globale visant la cohérence entre la localisation des principales fonctions urbaines en privilégiant la polycentralité de façon à maximiser le recours aux alternatives à la voiture, en particulier pour les trajets liés aux achats. Les développements résidentiels sous forme d'habitat individuel dense s'y organisent clairement autour des arrêts du RER parcourant le Münsterland mais aussi autour de multiples pôles secondaires commerçants (existants ou planifiés en même temps que les quartiers d'habitat). Ce Schéma répertorie ainsi les divers noyaux commerçants existants ou à créer et indique que l'urbanisation résidentielle doit s'organiser de façon concentrique autour de ces noyaux. Vis-à-vis de ces multiples petits regroupements commerciaux de proximité, deux distances seuils sont retenues. Une première distance s'élève à 400 m, soit l'équivalent de 6 minutes à pied. C'est dans le cercle lié à ce rayon que l'urbanisation résidentielle doit s'implanter prioritairement. Une priorité secondaire est accordée à l'urbanisation des terrains situés à moins de 800 m de ces noyaux commerçants, soit l'équivalent de 12 minutes à pied. L'utilisation de 2 cercles concentriques illustre le fait que la probabilité d'utiliser les modes lents pour se rendre dans les commerces diminue en fait progressivement avec la distance.

Toujours en Allemagne, à Aix-la-Chapelle, le document stratégique concernant le commerce pour la Région d'Aix-la-Chapelle (*Städtereionales Einzelhandelskonzept – STRIKT Aachen*)¹⁸ comporte quant à lui de multiples cartes. Plusieurs d'entre elles croisent la localisation des commerces de consommation courante de plus de 400 m² de surface de vente, un périmètre considéré comme accessible à pied au départ de ces commerces et le périmètre des zones urbanisables situé sur l'ensemble du territoire régional. Dans ce cadre, la seule distance seuil retenue est de 700 m.

¹⁷ Voir les sites : www.muenster.de/stadt/stadtplanung/raum-einzelhandel.html, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/raum-zentren.html, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/zentrenfunktion-beiplan.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/FNP-beiplan.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/Zentrenkonzept.pdf, www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/zentren-funktionsmodell.pdf + de façon générale sur Münster en français : www.bahn-ville.net/de/11_arbeitsschritte/phase_3/AP3_Euregiobahn_F.pdf, www.innovations-transports.fr/IMG/pdf/FR_S03.pdf et en allemand www.ils-forschung.de/down/siedlungsentw-schiene.pdf.

¹⁸ Voir le site : www.staedtereigion-aachen.de/zweckverband/zweckverband_projekte/einzelhandel/einzelhandelskonzept_strikt.pdf, notamment aux pages 14, 32, 37 et 42.

Carte 8 : Ville de Münster – Concept spatial fonctionnel de la ville des courtes distances.



Source : K. J. Beckmann, 2001, p. 38

On peut conclure que de multiples distances seuils existent dans la littérature étrangère. Ceci s'explique par le fait qu'en ce qui concerne la probabilité d'utiliser les modes lents pour les déplacements domicile-commerce en fonction de la distance à parcourir, il n'existe pas une brusque rupture dans la distribution de cette variable. On a plutôt affaire à un phénomène continu vis-à-vis duquel le choix d'une distance seuil s'avère être un choix arbitraire.

Remarquons qu'aucun des documents étudiés (sauf de façon très peu précise le rapport final de l'URBAN TASK FORCE) ne distingue différentes distances seuils selon le type de commerce concerné. Pour notre part, nous sommes persuadés qu'il convient de ne pas considérer de la même manière les déplacements piétons et cyclistes liés aux achats courants, ceux liés aux achats semi-courants peu pondéreux et ceux qui sont liés à de petits achats réalisés dans des commerces vendant pour l'essentiel des biens de consommation semi-courants pondéreux. Pourtant, il faut un grand volume de population pour faire vivre un magasin ordinaire vendant des produits d'achat semi-courants en comparaison de celui nécessaire pour permettre l'existence d'un commerce de proximité de type alimentaire. Si, pour les achats courants, un volume de population de 2 000, voire 1 500 personnes suffit, c'est en général plus de 3 000 ou 4 000 personnes qu'il faut pour les commerces vendant des biens semi-courants. Bien entendu, ces minimums ne sont valables que pour des commerces d'une surface de vente réduite (par exemple 300 m² pour un commerce alimentaire, 50 m² pour un commerce de vêtements). Ils doivent être fortement revus à la hausse s'il s'agit de commerces disposant d'une grande surface de vente ou de magasins dans des biens d'achats très peu fréquents (bijouterie, maroquinerie... et, plus encore, magasin de timbres postes).

4.2.1.2 Les cartes d'accessibilité de la CPDT

Dans le cadre de la modélisation de la part modale de la marche à pied et du vélo associée aux déplacements domicile-travail, nous avons utilisé une autre approche de type probabiliste pour quantifier en tout point l'accessibilité par ces modes (DAXHELET D. ET LAMBOTTE J.-M., 2003, pp. 308-349). Plutôt que de chercher à identifier une distance seuil, nous avons cherché à cerner la probabilité d'utiliser les modes lents tenant compte de la distance à parcourir, à l'aide d'une fonction paramétrée sur base des résultats de l'enquête nationale sur la mobilité des ménages (enquête effectuée en 1999 par le GRT – FNDP). Il n'est pas possible de transposer la méthode utilisée à l'époque pour ces déplacements domicile-travail aux déplacements liés au motif achats faute de données adéquates. On sait juste que la friction de la distance est plus forte (et donc que la probabilité diminue plus vite quand s'allonge le trajet) lorsqu'il s'agit de déplacements pour le motif achats que lorsque sont considérés les déplacements domicile-travail. Cette accentuation de la friction est associée au poids et à l'encombrement des marchandises transportées après les achats.

Nous pensons toutefois qu'il est utile de présenter la forme de la courbe type que l'on est en droit d'attendre dans le cadre de ce modèle probabiliste pour les déplacements liés aux achats courants et de confronter cette courbe théorique avec celle correspondant au critère retenu pour la distance seuil entre logements et commerces de biens de consommation courante (Figure 4). Nous avons fait de même pour les commerces de biens de consommation semi-courante qu'ils soient pondéreux ou non pondéreux (Figure 5). Dans ces deux figures, les valeurs réelles associées aux courbes probabilistes sont totalement hypothétiques et se basent sur notre intuition et notre expérience liée aux cartes d'accessibilité. Il faut juste s'intéresser à la comparaison de l'allure de ces diverses courbes.

Figure 4 : Courbe type relative à la probabilité d'utiliser la marche à pied ou le vélo pour les achats courants selon la distance à parcourir depuis le lieu de résidence et courbe correspondant au critère retenu pour les achats courants

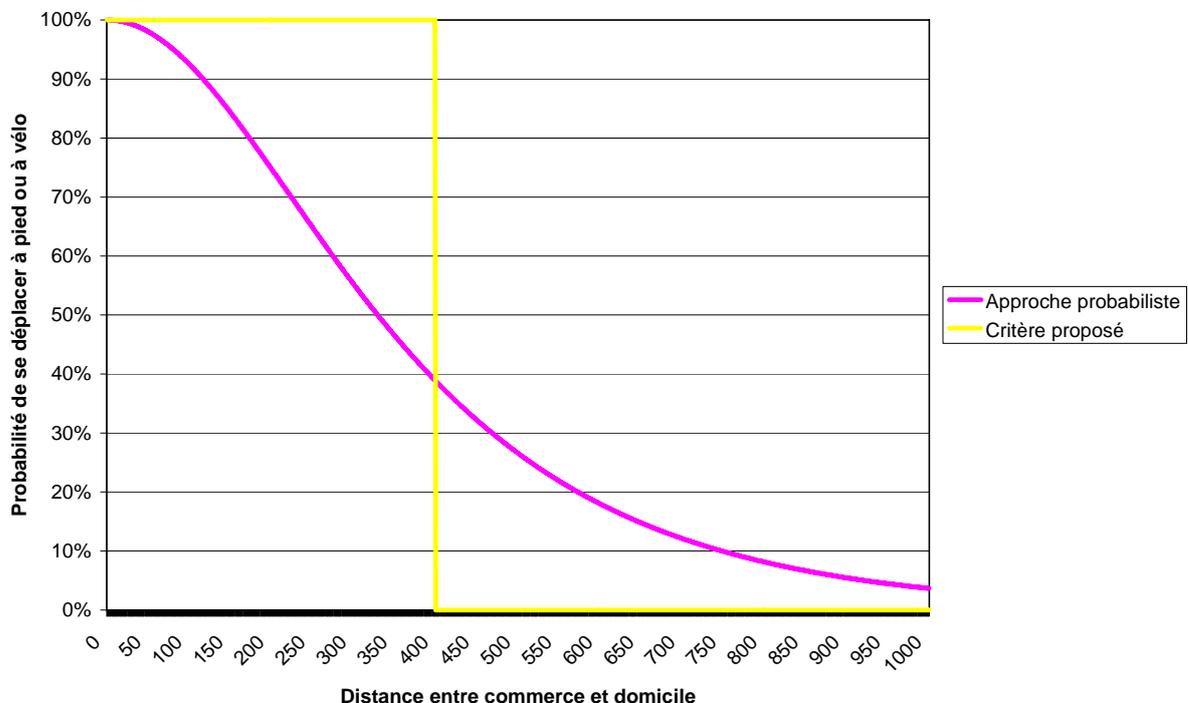
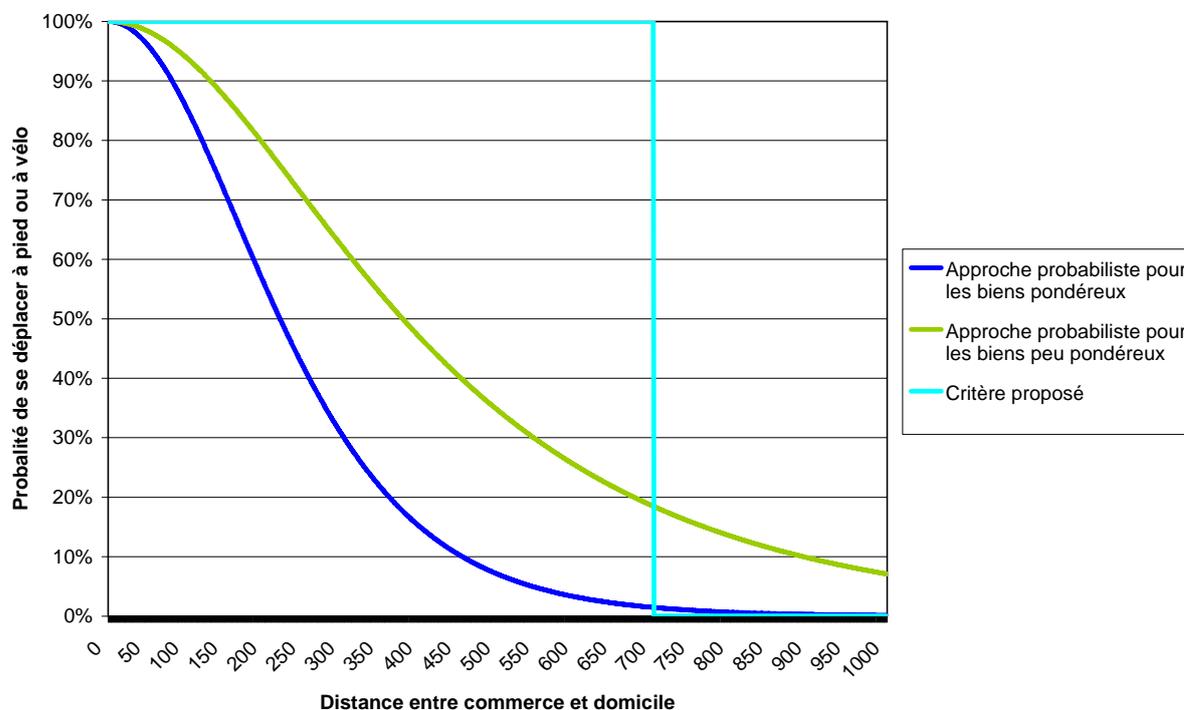


Figure 5 : Courbe type relative à la probabilité d'utiliser la marche à pied ou le vélo pour les achats semi-courants selon la distance à parcourir depuis le lieu de résidence et courbe correspondant au critère retenu pour les achats semi-courants



Sur base de ces figures, on comprend que notre proposition relative au calcul du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m consiste à considérer qu'un logement situé à 399 / 699 m du site potentiel pour implanter le commerce a le même effet sur le choix modal qu'un logement qui serait implanté sur le site lui-même. Ceci est bien entendu contraire à la réalité. Il revient aussi à considérer qu'un logement situé à 401 / 701 m du site potentiel implique une totale dépendance aux modes motorisés. Ceci est également erroné. Cette simplification par rapport à la réalité, qui est de nature probabiliste, est imposée par le souci de fournir un critère opérationnel qui peut être facilement mis en œuvre par des fonctionnaires disposant d'un temps limité pour chaque dossier à traiter et qui n'est pas sensé maîtriser de multiples logiciels informatiques. Pour ce faire, il faut que cette mesure puisse se faire par une personne disposant des données adéquates moyennant l'utilisation de fonctions basiques dans un logiciel cartographique et ce, sans occasionner de longs temps de calcul. Utiliser la démarche probabiliste employée dans le cadre de la modélisation des cartes d'accessibilité aurait été a contrario une démarche très coûteuse en temps, nécessitant le recours à un spécialiste des SIG disposant et maîtrisant plusieurs logiciels (Idrisi, Statistica et Arc Map).

Nous reviendrons sur ces courbes un peu plus tard au point 4.2.4.

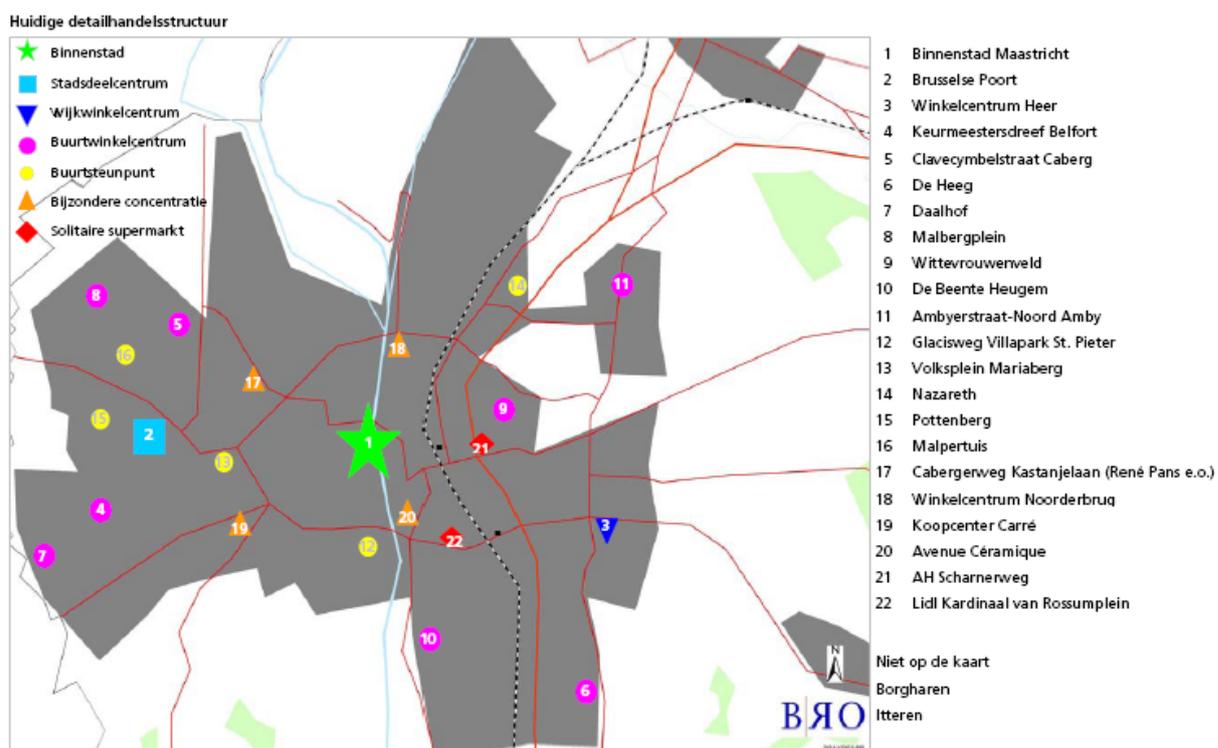
4.2.2 Indications tirées de la distribution des noyaux commerçants dans des villes en pointe dans la lutte contre la dépendance à la voiture

Outre le cas de Münster évoqué ci-avant à propos de son concept spatial fonctionnel, de multiples villes et territoires urbains ou ruraux étrangers surtout néerlandais, scandinaves¹⁹, suisses ou allemands peuvent servir d'exemple pour examiner la distribution des noyaux commerçants au sein d'un vaste territoire organisé de façon plus ou moins volontariste en vue de minimiser la dépendance à la voiture.

¹⁹ Concernant la localisation du commerce au Danemark, voir notamment KLINKENBERG A.-C., 2001, pp. 50-52

Dans cette annexe, nous nous limiterons cependant l'analyse de la répartition des noyaux commerçants dans les villes étrangères visant une organisation spatiale peu dépendante de la voiture à la seule ville voisine de Maastricht. Pour connaître la distribution des multiples noyaux commerçants présents au sein de cette ville, nous nous référons au nouveau document stratégique communal dans le domaine : la *Detailhandelsnota 2008*²⁰. Cette note communale sur le commerce de détail sert de cadre pour orienter le développement spatial du commerce à Maastricht. Au sein de ce document, est notamment présentée la structure actuelle du commerce de détail au sein du territoire de la Ville (voir Figure 6).

Figure 6 : Structure actuelle du commerce de détail dans la Ville de Maastricht



Source : BOEKESTEIJN A. ET BERVOETS R., 2008, p. 6

A l'aide du nom et positionnement approximatif des 22 noyaux commerçants de proximité fournis par la figure proposée ci-dessus, il est possible de rapporter ces derniers de façon précise sur une photo aérienne (via Google Earth). Sur cette base, nous avons tenté d'examiner si une distance seuil apparaît par rapport à leur distribution relative l'un par rapport à l'autre et vis-à-vis de l'ensemble des espaces urbanisés affectés à la résidence. Nous avons choisi pour cette analyse d'ajouter, en plus de la surface occupée par chaque noyau (considéré ici comme un cercle de 50 m de rayon), un anneau de 400 de rayon supplémentaire. Pour cet exercice, nous avons considéré qu'un noyau commercial étant à coup sûr un regroupement de plusieurs commerces, il ne fallait pas le considérer comme un élément ponctuel mais surfacique d'ampleur limitée. Si tous les *buurt-* et *wijkwinkelcentra* sont considérés de la sorte, pour le centre-ville, nous avons dû multiplier les cercles de 50 m de côté sur les deux rives de la Meuse au vu de l'emprise spatiale de la fonction commerçante en son sein.

²⁰ Voir le site : www.maastricht.nl/maastricht/show/id=331658

Figure 7 : Position des noyaux commerçants présents au sein de la Ville de Maastricht sur une image Google Earth et zone d'influence de 400 m autour



Grâce à la confrontation entre les périmètres de 400 m autour des noyaux commerçants de la Ville de Maastricht avec la disposition des quartiers d'habitat, on se rend compte qu'une telle distance seuil suffit pour que l'ensemble du tissu résidentiel du centre-ville et des quartiers péricentraux de la première ceinture (soit ceux construits avant 1950) soient quasi complètement compris dans les périmètres autour des noyaux. Dans la première couronne périurbaine, on peut également observer que les cercles de 400 + 50 m de rayon ne se recouvrent que partiellement. La distance entre deux noyaux voisins dans cette couronne et entre les noyaux qui la desservent et les rues commerçantes du centre-ville est en général comprise entre 600 m et 1 km.

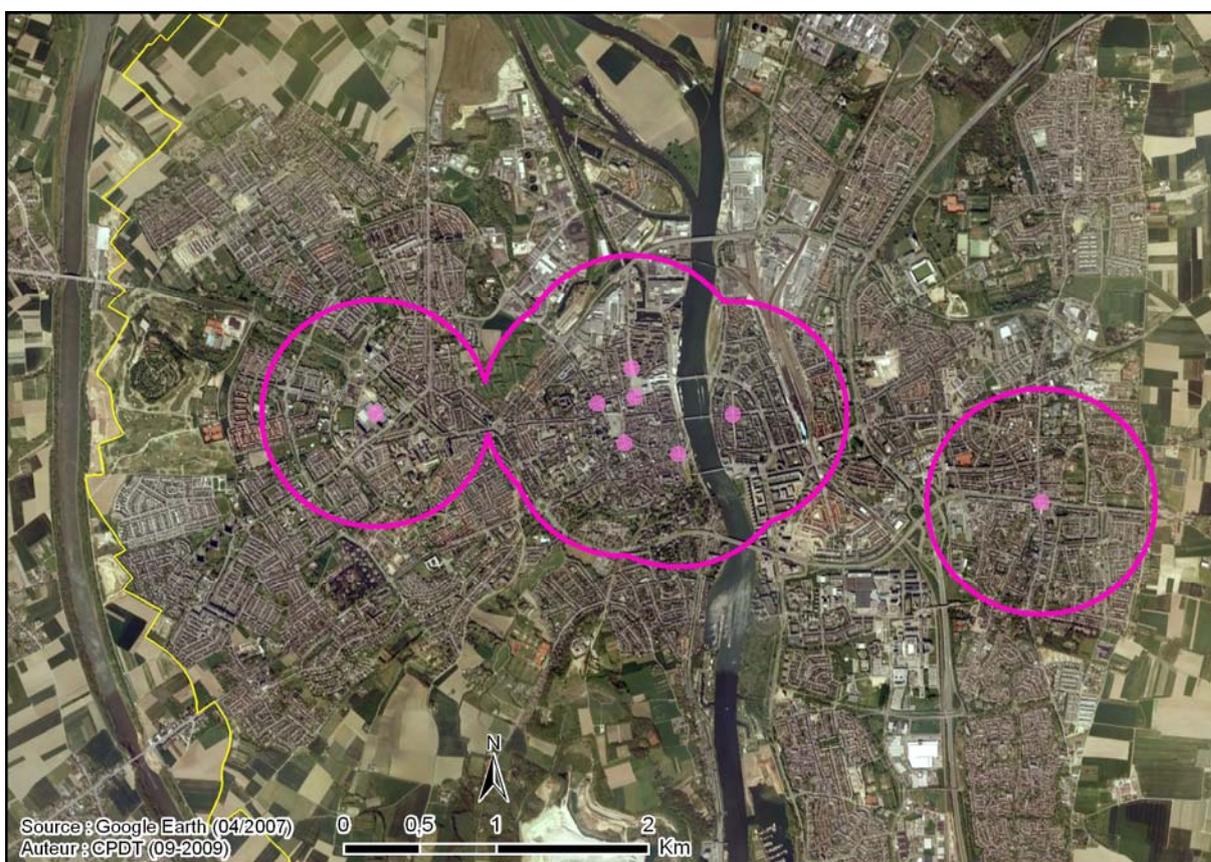
Plus en périphérie, cette concordance entre la délimitation des quartiers d'habitat et les périmètres basés sur une distance seuil de 400 m est beaucoup moins réussie. Dans cet espace, il convient d'augmenter la distance-seuil de plusieurs centaines de mètres pour avoir une couverture quasi complète des quartiers d'habitat (jusque 800 m environ). Malgré le fait que plusieurs milliers de logements de la Ville de Maastricht soient situés entre 400 et 800 m des noyaux commerçants, il ne semble pas exister dans cette ville une forte dépendance à la voiture pour les achats courants. Ceci est lié à l'usage abondant du vélo fait par les habitants de Maastricht, ce qui permet d'élargir la zone d'influence d'un noyau commerçant. De plus, cela s'explique par l'absence d'hypermarché en périphérie de cette ville.

Remarquons aussi qu'à l'intérieur de nos cercles de 400 + 50 m de rayon, une très grande partie de la surface correspondante est occupée par de l'habitat. Il est assez rare d'y voir des terres agricoles, de grands espaces publics, des zones d'activités économiques, des grandes infrastructures routières ou ferroviaires... Ce type d'occupation du sol est par contre nettement plus présent dès qu'on envisage des distances seuils de 500 m ou plus. Ceci est un indice de la pertinence de retenir 400 comme distance optimale pour notre critère en ce qui concerne les commerces destinés aux achats courants malgré la non concordance entre

partielle du périmètre de 400 + 50 m avec les zones occupées par l'habitat dans la seconde couronne.

Nous avons procédé de même pour les principaux noyaux commerçants de la Ville de Maastricht (centre-ville + *Brusselse Poort* + *Winkelcentrum Heer*) en créant autour de chacun un anneau de 700 m de rayon supplémentaire (Figure 8). Les deux pôles secondaires situés le long de l'axe routier de Bruxelles et d'Hasselt, d'une part, et d'Aix-la-Chapelle, d'autre part, sont à nouveau considérés comme un cercle de 50 m de rayon. Pour le centre ville de Maastricht, nous avons à nouveau retenu un ensemble de six petits cercles de 50 m de rayon vu l'ampleur spatiale de la fonction commerçante en son sein. Selon la *Detailhandelsnota 2008*, ces trois principales polarités regroupent la grande majorité de l'offre commerciale en biens de consommation semi-courante peu pondéreux au sein de la Ville de Maastricht.

Figure 8 : Position des principaux noyaux commerçants présents au sein de la Ville de Maastricht sur une image Google Earth et zone d'influence de 700 m autour



En ajoutant à chaque cercle de 50 m de rayon correspondant aux principaux noyaux commerçants un anneau de 700 m de profondeur, il est possible de visualiser quelle partie du périmètre bâti de la ville de Maastricht est situé à l'intérieur de l'espace considéré comme bien accessible par les modes lents autour de ces centres commerçants. On constate que, dans ce cas, la couverture des cercles de 700 + 50 m n'est que partielle vis-à-vis du tissu résidentiel. De nombreux quartiers tant de la première que de la seconde couronne périurbaine sont distants de plus de 700 m de ces noyaux. De nouveau, il faut relativiser, dans le cas de Maastricht, la dépendance à la voiture que cette forte distanciation entre une partie des quartiers d'habitat et ces noyaux commerçants entraîne. En effet, grâce à l'usage massif du vélo dans les villes néerlandaises, il est certain qu'une large partie des habitants éloignés de ces noyaux commerçants va faire ses achats de vêtements, chaussures, livres... via ce mode écologique. De plus, grâce à leur bonne localisation, ces trois noyaux commerçants disposent d'une accessibilité optimale par les transports en commun à

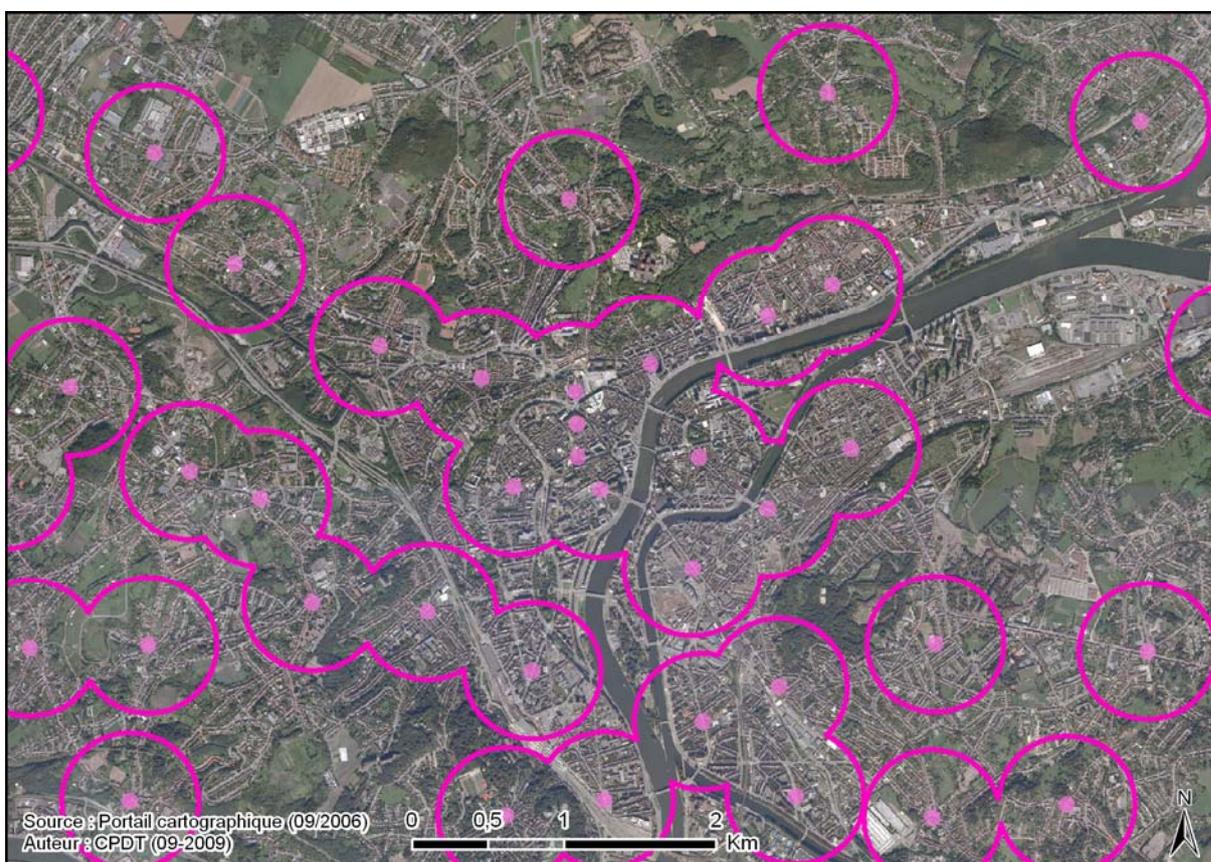
l'échelle de l'agglomération, mais aussi vis-à-vis de certaines localités périphériques. Le fait que le noyau de la *Brusselse Poort* et le *Winkelcentrum Heer* soient situés sur des axes de pénétration dans la ville pour de nombreuses lignes de bus n'est donc pas un hasard.

A nouveau, on peut remarquer que les cercles de 700 + 50 m de rayon comportent chacun un grand nombre de logements (plusieurs milliers pour chaque cercle). Par contre, on n'y retrouve aucun terrain agricole et très peu de grands espaces verts publics, zones d'activités, grandes infrastructures routières... Dès que l'on envisage des distances seuils de 800 m ou plus, cette proportion d'espaces affectés à d'autres fonctions que le logements augmente par contre rapidement, surtout autour du *Winkelcentrum Heer*. Ceci démontre à nouveau la volonté des autorités de la Ville de Maastricht de concentrer l'urbanisation. Rappelons le slogan de la Ville vis-à-vis de sa politique d'aménagement du territoire : *Een compacte stad in een weids landschap* (une ville compacte dans un paysage splendide). Cela illustre aussi leur souhait de maximiser le recours aux alternatives à la voiture pour les achats semi-courants peu pondéreux.

4.2.3 Indications tirées de la distribution des noyaux commerçants antérieurs aux années 1950 dans l'agglomération de Liège

Pour étudier, dans le contexte wallon, la distribution des pôles commerçants traditionnels (c'est-à-dire mis en place avant les années 50 et la diffusion massive de l'automobile au sein des ménages), nous avons retenu le cas particulier de l'agglomération de Liège. Nous y avons appliqué une méthodologie similaire à celle utilisée dans le cas de Maastricht. Seul le repérage des noyaux commerçants s'est basé, non sur un document d'orientation, mais sur des données du cadastre.

Figure 9 : Position des noyaux commerçants traditionnels présents dans la partie centrale de l'agglomération de Liège et zone d'influence de 400 m autour.

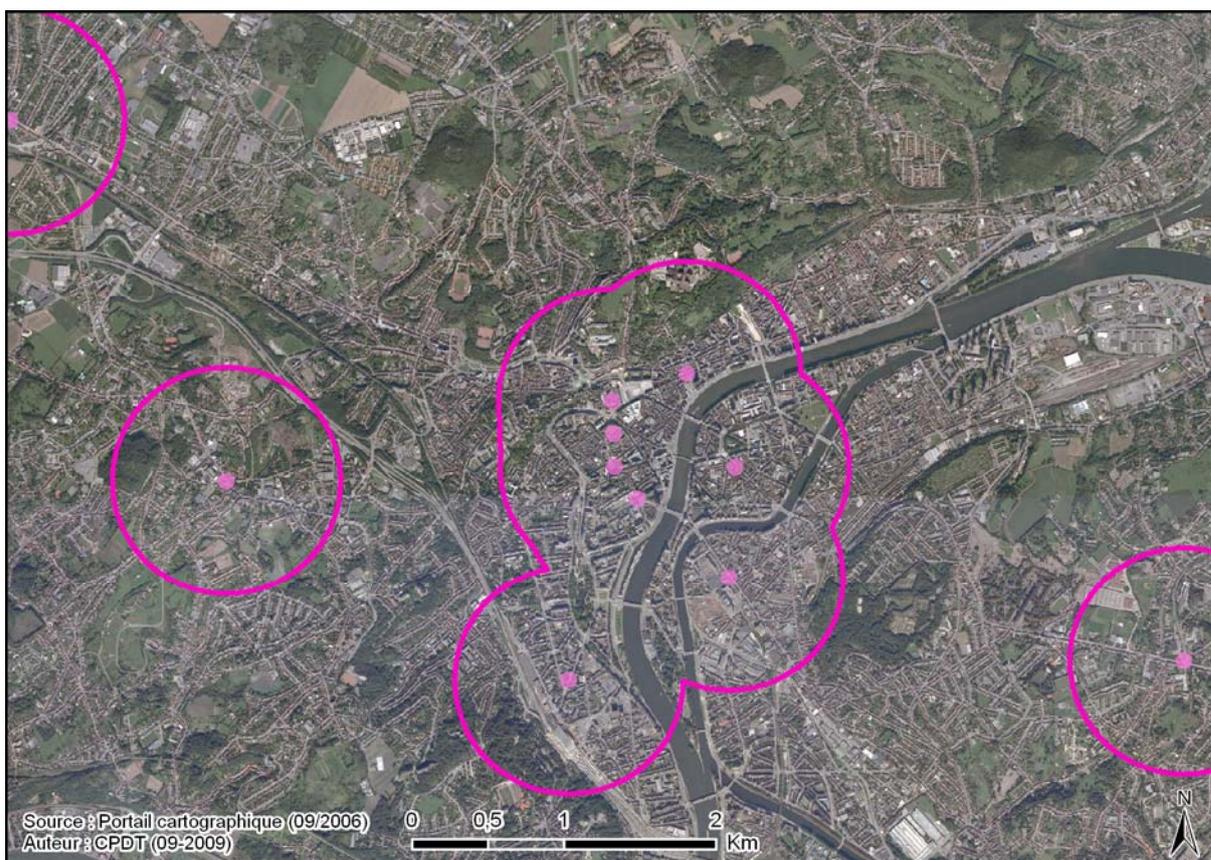


La méthodologie pour identifier les noyaux commerçants regroupant jadis au moins un dizaine de points de vente est exposé ci-après au point c) du 4.4.1. Dans la figure 9 ci-dessus, si les noyaux périurbains sont considérés chacun comme un petit cercle de 50 m de rayon, pour traiter l'étendue spatiale de la fonction commerçante dans l'hypercentre et les faubourgs, nous avons multiplié les cercles de 50 m de rayon.

A la vision de la distribution relative de ces noyaux commerçants et des quartiers d'habitat, on se rend compte que les quartiers densément urbanisés dès les années 30 au sein de la plaine alluviale de la Meuse disposaient tous d'un noyau commerçant de proximité permettant une distance maximale proche de 400 entre logements et commerces. Sur les versants et sur les plateaux, la situation est par contre bien moins favorable. Notons toutefois que les principales concentrations de logements sur ces versants et plateau disposaient chacun d'un noyau commerçant de proximité (Sainte-Walburge, Thier à Liège, Laveu, Saint-Nicolas, Cointe...). Remarquons que la distance séparant deux noyaux commerçants sur les hauteurs et au-delà des faubourgs datant d'avant la révolution industrielle s'élève régulièrement à près de 800 m ou d'un km. Là où les contraintes de relief sont très fortes ou là où l'habitat est moins dense, des distances beaucoup plus longues peuvent par contre séparer deux noyaux commerçants voisins.

Intéressons nous maintenant à la distribution des principaux noyaux commerçants traditionnels au sein de la partie centrale de l'agglomération liégeoise (Figure 10). Nous entendons par principaux noyaux ceux qui comportent un nombre significatif de commerces dédiés aux achats semi-courants peu pondéreux.

Figure 10 : Position des principaux noyaux commerçants traditionnels présents dans la partie centrale de l'agglomération de Liège et zone d'influence de 700 m autour.



Les cercles de 700 + 50 m repris sur cette figure ne couvrent qu'une partie assez limitée de l'espace affecté à l'habitat dans cette fenêtre d'observation. Toutefois, ces cercles couvrent une grande partie des quartiers les plus densément habités. Remarquons aussi qu'à

l'exception des noyaux commerçants du quartier d'Outremeuse et d'une large partie du centre-ville élargi, les noyaux retenus ici sont tous des (anciens) quartiers de gare (Guillemins, Longdoz, Bois-de-Breux, Saint-Nicolas, Ans...). De plus ils se localisent tous sur des axes fort du réseau de bus de l'agglomération.

Contrairement à ce qui est observé à Maastricht, il n'existe pas de tendance à l'augmentation rapide de la proportion de parcelles non affectées au logements dès que l'on dépasse les distances seuils proposées de 400 et 700 m autour de plusieurs noyaux commerçants. Ceci démontre que le mode d'urbanisation en région liégeoise est bien moins compact (présence de nombreux terrains non bâtis), bien plus mixte (présence de nombreux sites industriels, terrils...) et caractérisé par la traversée de multiples infrastructures routières.

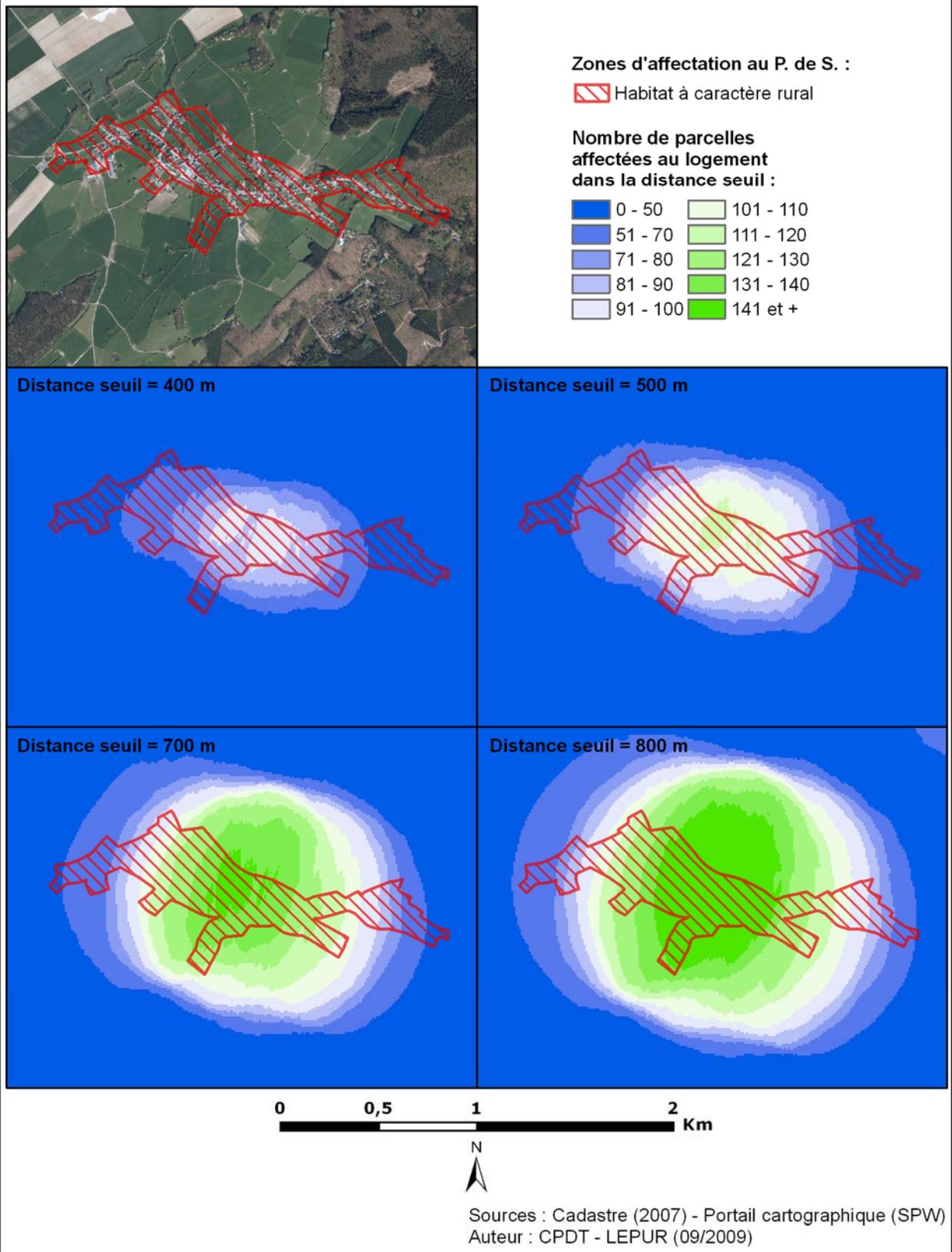
4.2.4 Tests de l'effet des distances seuils sur le nombre de logements calculé dans différentes configurations spatiales

A ce stade de l'analyse, sur base des enseignements tirés de la littérature et de la répartition spatiale des noyaux commerçants en milieu peu dépendant de la voiture, nous pensons pouvoir restreindre le choix des distances seuils optimales à retenir à une fourchette comprise entre 400 et 500 m environ pour les achats courants et à une fourchette comprise entre 700 et 800 m environ pour les achats semi-courants (tant pondéreux que peu pondéreux). A priori, les courbes probabilistes tracées ci-dessus au point 4.2.1.2 ne permettent pas de fixer une distance seuil optimale. Néanmoins, elles permettent de comprendre ce qui se passe lorsque l'on teste différentes distances concernant l'estimation du nombre de logements dans un rayon donné.

Ainsi, considérons un village de taille moyenne d'une forme axiale dont l'urbanisation s'étend sur un peu plus d'un kilomètre de long (voir la figure 11 à propos du village d'Izier – Commune de Durbuy). Une fois le résultat cartographique obtenu pour des distances de 400, 500, 700 et 800 m, on peut observer de grandes similitudes dans l'apparence des formes concentriques que constituent les courbes caractérisées par un même nombre de logements. Si les valeurs absolues augmentent forcément lorsque l'on considère des points situés en des localisations identiques dans les cartes associées à des distances croissantes, la hiérarchie des valeurs relatives semblent globalement respectée d'une carte à l'autre. Une seule différence nette concernant la hiérarchie relative du nombre de logements est liée au fait que, tandis que les formes concentriques de même valeur constituent clairement un ensemble emboîté d'ovales, dans le premier cas, ils se rapprochent d'un emboîtement de cercles plus la distance seuil considérée augmente. De façon plus précise, pour ce type de configuration spatiale (urbanisation en long), plus le rayon est grand, plus, aux abords du centre du village, des valeurs élevées tant en valeur absolue qu'en valeur relative sont associées à des pixels situés à des distances de plus en plus grande de l'axe principal le long duquel s'organise l'urbanisation. Le problème est que ces valeurs élevées quant au nombre de logements dans un grand rayon sont, pour ces pixels, associées avec un nombre de logements très faible voire nulle dans les 200 ou 300 premiers mètres. Or, ce sont les premières centaines de mètres qui sont les plus importantes pour favoriser l'usage des modes lents.

En d'autres mots, la carte basée sur une distance seuil de 400 m semble mettre en évidence que les sites les plus adéquats pour favoriser la marche à pied sont très imbriqués dans le tissu résidentiel. Ces zones de bonne accessibilité n'offrent dès lors que rarement de grandes disponibilités foncières. Par contre, par rapport à la carte associée à un rayon de 400 m, la carte basée sur une distance de 500 m ou a fortiori sur toute distance supérieure fait plus ressortir les localités ou quartiers au volume démographique important même si cette urbanisation est peu compacte.

Figure 11 : Comparaison de l'estimation du nombre de logements dans un rayon de taille variable - Village d'Izier - Commune de Durbuy



Retenir une distance-seuil de 500 m permettrait donc de privilégier l'aspect masse critique qui doit être sous-jacent à notre critère. Retenir une distance seuil de 400 m permet par contre de privilégier la recherche d'une fine mixité entre commerces et logements, c'est-à-dire celle qui est la plus efficace vis-à-vis de l'usage des modes lents.

Une autre observation tirée de divers tests de distances dans plusieurs configurations spatiales nous ont amené à retenir 400 m comme distance seuil pour les achats courants et 700 m pour les achats semi-courants. Nous avons en effet été particulièrement attentifs à des sites tels que le projet de centre commercial Buléna dans le village de Ben (à Ben-Ahin – Ville de Huy – futur Shopping Mosan – Figure 12) et le parc commercial de la Pirire (Ville de Marche en Famenne – Figure 13). A priori, il s'agit là de sites très dépendants de la voiture pour les déplacements domicile-commerce. Si l'on choisi une distance seuil de 500 m ou plus, ces sites obtiennent pourtant des valeurs non négligeables, voire élevées concernant le nombre de logements voisins. Sont en effet concernés dans le premier cas en plus des maisons présentes à Ben celles d'une partie du quartier de Statte, de l'autre côté de la Meuse. Cette concentration de logements est située à plus de 400 à vol d'oiseau et, dans la réalité à des distances bien supérieures vu l'existence de la barrière que constitue le fleuve. Si l'on choisi une distance seuil de 400 m, cet effet jugé indésirable disparaît totalement. Dans le cas du site de la Pirire, la logique est la même (le centre-ville de Marche caractérisé par une haute densité résidentielle débute à 300 ou 400 m du début de ce site totalement monofonctionnel et entre les deux existe une grosse barrière : la Nationale 4).

Ces deux sites (Buléna et la Pirire) nous apparaissent par contre comme des sites propices à accueillir du commerce de consommation semi-courante pondéreux vu le fait qu'en position plus centrale, il reste peu de disponibilités foncières pour ce type d'activité. Elles peuvent d'ailleurs être considérées comme insuffisantes si ces sites vierges ou inoccupés en position centrale sont clairement destinés au logement, aux commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux, aux bureaux, aux écoles... Le choix d'une distance-seuil de 700 m permet de retenir ce type de site comme un lieu apte à accueillir du commerce si l'on place la barre relativement bas (comme nous le préconisons pour les commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux). Nous proposons néanmoins qu'une condition supplémentaire soit remplie pour qu'une telle configuration soit considérée comme apte à accueillir ce type de commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux. Il s'agit d'une bonne desserte en bus en termes de fréquence relative.

Utiliser une distance de 700 m permet toutefois également de ne pas retenir ces sites très dépendants de la voiture si on fixe haut la barre concernant le nombre de logements minimum (comme retenu pour les commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux). Passer à 800 mètres ou plus aurait en effet conduit à accorder également à ce type de site une valeur relative élevée.

Figure 12 : Comparaison de l'estimation du nombre de logements dans un rayon de taille variable - Village de Ben-Ahin - Ville de Huy

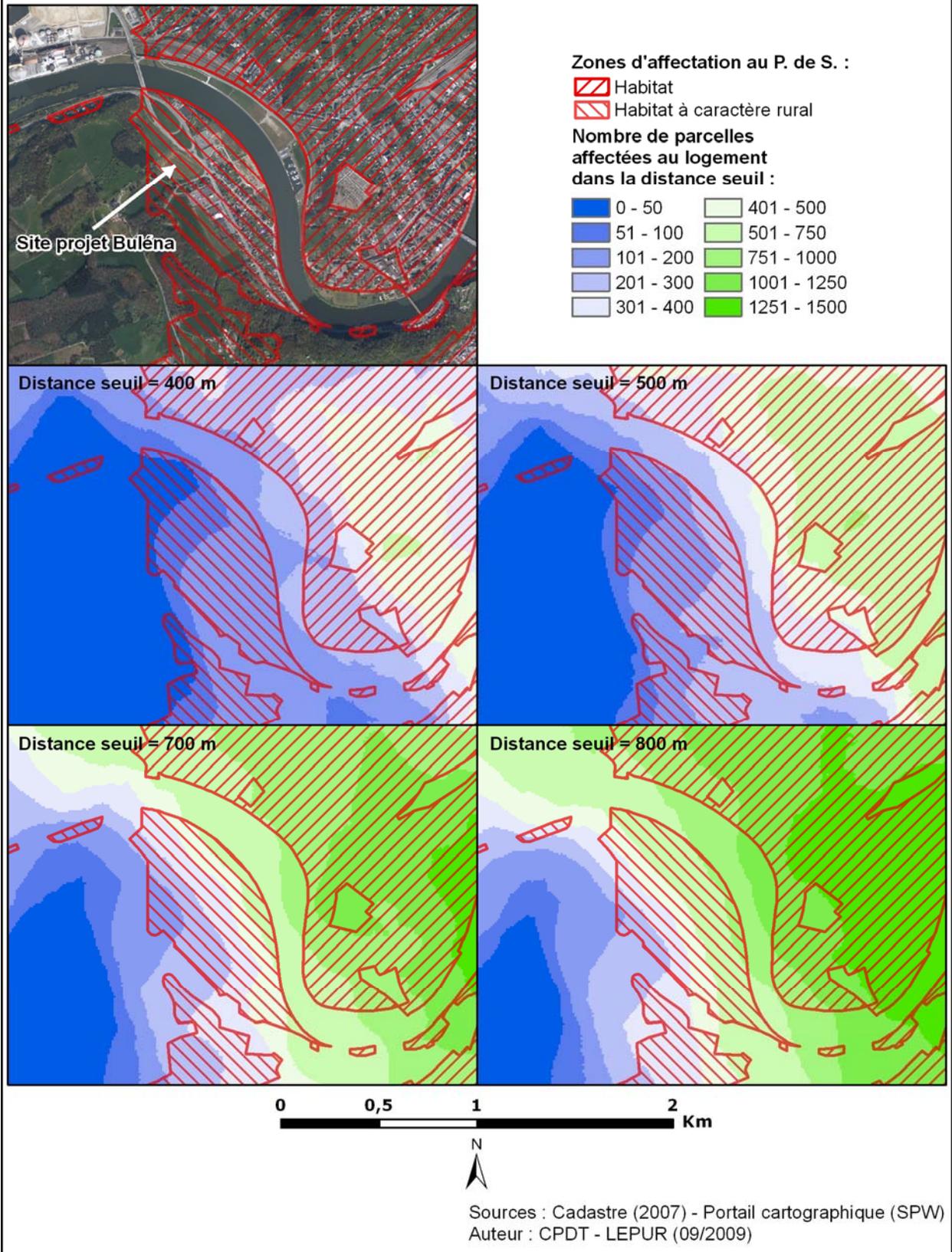
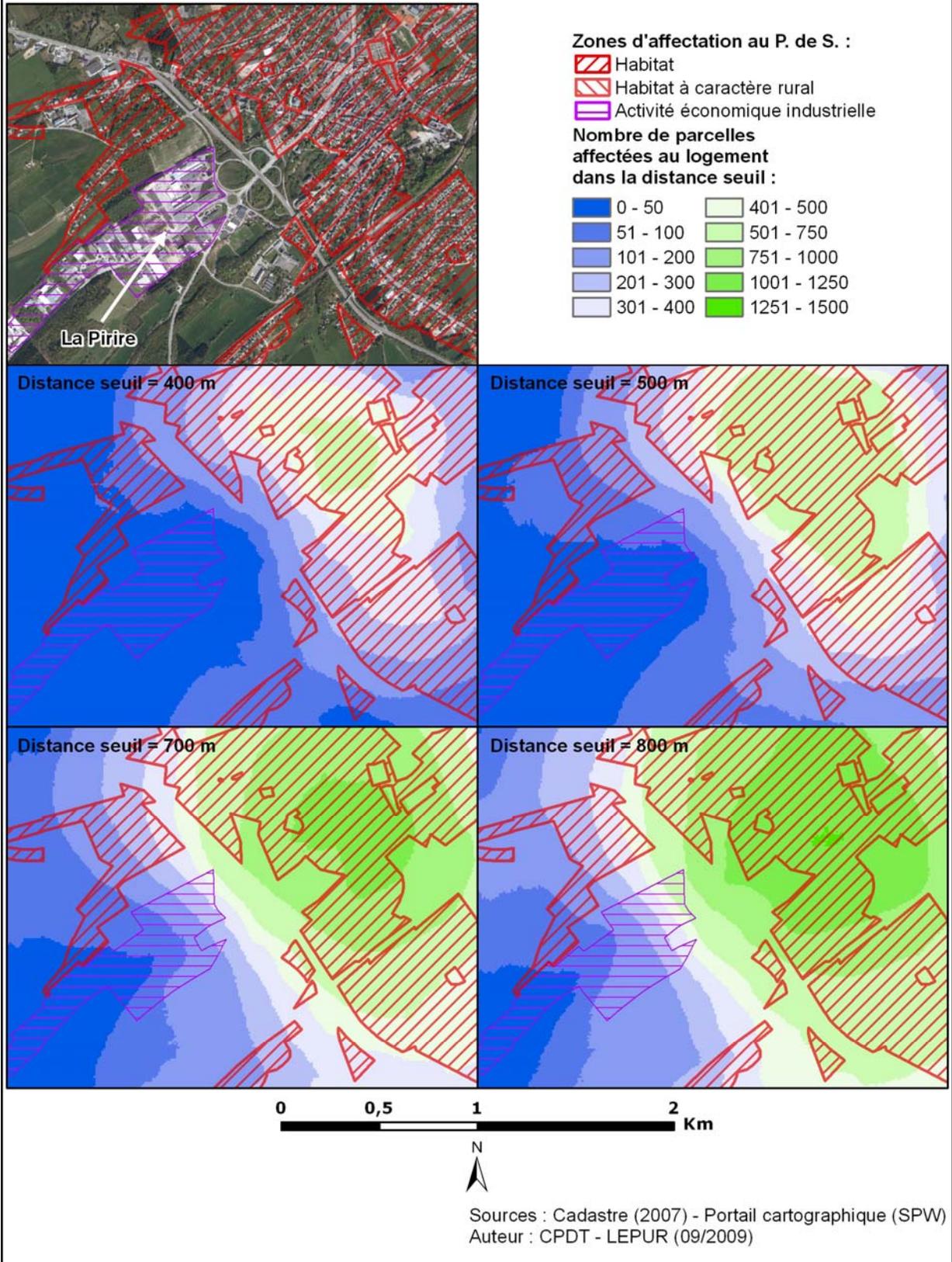


Figure 13 : Comparaison de l'estimation du nombre de logements dans un rayon de taille variable - Zone commerciale de la Pirire - Ville de Marche-en-Famenne



4.3 RÉACTION DES EXPERTS VIS-À-VIS DE LA LOGIQUE DE CE CRITÈRE :

Des interviews avec les premiers experts, il ne ressort pas de critique particulière vis-à-vis de la logique de prôner une certaine forme de mixité logement-commerce. La logique visant à tenir compte de l'accessibilité par les alternatives à la voiture pour sélectionner les projets susceptibles d'être dorénavant autorisés semble aussi ne pas faire débat sur le principe, pour autant que cette logique soit adaptée à la configuration du territoire wallon. Le problème que soulignent les experts est qu'ils ne voient pas comment arbitrer ce type de critère. La formulation de ce critère que nous venons de proposer pour les trois types d'assortiments considérés est une façon d'appréhender cette logique ; logique à laquelle adhère donc l'ensemble de ces experts. Le fait de différencier le type de localisation en termes d'accessibilité par les alternatives à la voiture selon l'assortiment semble quant à elle recueillir une forte adhésion de la part de certains acteurs. Chez les autres, elle ne suscite pas d'hostilités particulières.

Une remarque pertinente a été formulée à propos de la difficulté de différencier clairement ce qui relève du commerce de biens semi-courants peu pondéreux de ce qui relève du commerce de biens semi-courants pondéreux. Le cas des enseignes Décathlon ou Médiamarkt ont à cet égard été cités car ils vendent massivement à la fois des petits articles peu pondéreux (vêtements, chaussures... d'un côté ; CD, vidéo, baladeurs MP3... de l'autre) et des objets bien plus difficiles à transporter sans disposer d'un véhicule automobile (skis, équipement d'équitation... d'une part ; gros électroménager, matériel hifi... d'autre part). Il conviendrait que les normes en matière de mixité / accessibilité retenues pour ce type de commerce se situent à mi-chemin entre celles imposées pour ces deux types de assortiments.

Si en prônant la mixité commerce-logement, il est question de systématiser la création d'appartements au dessus des commerces, le secteur de la promotion immobilière tient à souligner la difficulté rencontrée lors de la commercialisation de tels produits au centre des grandes villes wallonnes. Il n'est pas sûr que le volet appartements soit rentable dans tous les contextes.

4.4 PREMIERS TESTS POUR VALIDER LA PERTINENCE DE CE CRITÈRE ET IDENTIFIER DES SEUILS DE RÉFÉRENCE

4.4.1 Méthodologie utilisée pour mettre au point ce critère

Ce critère comporte donc trois aspects nécessitant chacun un développement méthodologique :

- le nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m autour du centre de gravité de la parcelle où un projet commercial est envisagé ;
- la délimitation des cercles de 500 m de rayon autour des arrêts de bus desservis par une (ou des) ligne(s) dont la fréquence (cumulée) dépasse une certaine proportion de la fréquence de passage de la ligne la plus fréquente de la commune ;
- la délimitation des noyaux commerçants.

a) Sous-critère du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m

Pour pouvoir calculer ce nombre avec précision, il est nécessaire de disposer du nombre exact de logements associé à chaque immeuble, donnée devant être reliée au numéro cadastral de chaque parcelle pour pouvoir être réutilisée dans un SIG. Nous avons introduit fin du mois d'avril une demande à ce propos au SPF Finances – service de la Documentation patrimoniale. Malgré plusieurs rappels, nous n'avons pas encore pu obtenir une réponse précise quant à la possibilité de mettre à notre disposition cette information existante au sein de ce service, ni quant au niveau d'exactitude de cette donnée (les

résidences secondaires sont-elles identifiées ? Qu'en-est-il des logements vides ? Cette donnée est-elle croisée avec le registre de population ?...). Il semble que ce service fédéral ait certaines réticences à nous fournir ce type d'information en vertu du principe du respect de la vie privée. Si ce critère venait à être retenu par le pouvoir régional, nous ne doutons pas qu'un accord entre ces deux niveaux de pouvoir pourrait intervenir à ce sujet.

Néanmoins, un premier essai a été réalisé en simplifiant cette approche. Faute de disposer du nombre exact de logements associés à chaque parcelle, nous avons, dans un premier temps, extrait l'ensemble des immeubles affectés au logement sur base de leur nature dans la matrice cadastrale et affecté à chacun un poids arbitraire d'une unité de logement. Les natures cadastrales retenues à ce stade comme immeuble abritant du logement sont :

- maison ;
- château ;
- ferme ;
- SUP.& P.C. ;
- P. IM.AP ;
- P.P.IM.AP²¹.

Notons que, dans cette première tentative, nous n'avons pas retenu les maisons de commerce comme immeubles abritant du logement. Si l'estimation du nombre de logements ainsi effectuée est réaliste pour les très nombreuses maisons unifamiliales, il existe une grave sous-estimation dans certaines parties des centres urbains. Celle-ci est particulièrement présente au cœur des principaux quartiers commerçants des grandes villes et au long des grandes avenues bordées de hauts immeubles à appartements (à l'image des bords de Meuse à Dinant, Namur, Huy, Liège...). Des quartiers d'habitations sociales dominés par les tours sont aussi concernés par cette forte sous-estimation.

Une fois les immeubles affectés au logement repérés, il a fallu utiliser une fonction sur ArcGIS qui permette de calculer en tout point du territoire une quantité d'objets dans un périmètre circulaire. Nous avons pour ce faire opté pour le mode raster. L'ensemble du territoire wallon est dès lors découpé en un fin quadrillage de pixels. Nous avons retenu un haut degré de précision en sélectionnant des pixels de 10 m x 10 m.

Le résultat obtenu donne une vision très précise du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m existant en tout point. Si l'on fixe un seuil minimum de logements, il est possible de dire pour tout projet commercial si la localisation répond au critère ou, dans le cas contraire, quel est le nombre de logements qui manquent dans un rayon de 400 / 700 m et qui doivent donc accompagner ce développement immobilier.

Nous avons précisé ci-avant au point 4.1 que ce seuil du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m doit être modulé selon la densité de la commune. Dans une première approche, nous avons décidé de travailler en tenant compte d'une densité uniforme au sein de chaque commune. Nous avons découpé la liste des 262 communes wallonnes en neuf classes sur base de cette variable (voir annexe n°7.1).

Pour quelles raisons est-il justifié de faire varier le nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m selon la densité de la commune ?

- Pour des raisons pratiques afin d'avoir un critère adapté à la réalité du terrain. Si l'on fixe le même seuil à Stoumont ou Fauvillers et à Saint-Nicolas ou Quaregnon, au moins un des deux écueils suivants est inévitable. On risque de ne plus permettre aucun développement commercial dans les communes les moins denses ou, au contraire, permettre aux commerces de s'implanter à travers l'ensemble des zones

²¹ SUP.& P.C. = Superficie et parties communes dans un immeuble à appartements ;

P. IM.AP = Partie d'un immeuble à appartements ;

P.P.IM.AP = Plusieurs parties d'un immeuble à appartements.

urbanisables des plans de secteur dans les communes les plus denses, y compris dans des endroits où la dépendance à la voiture est très forte.

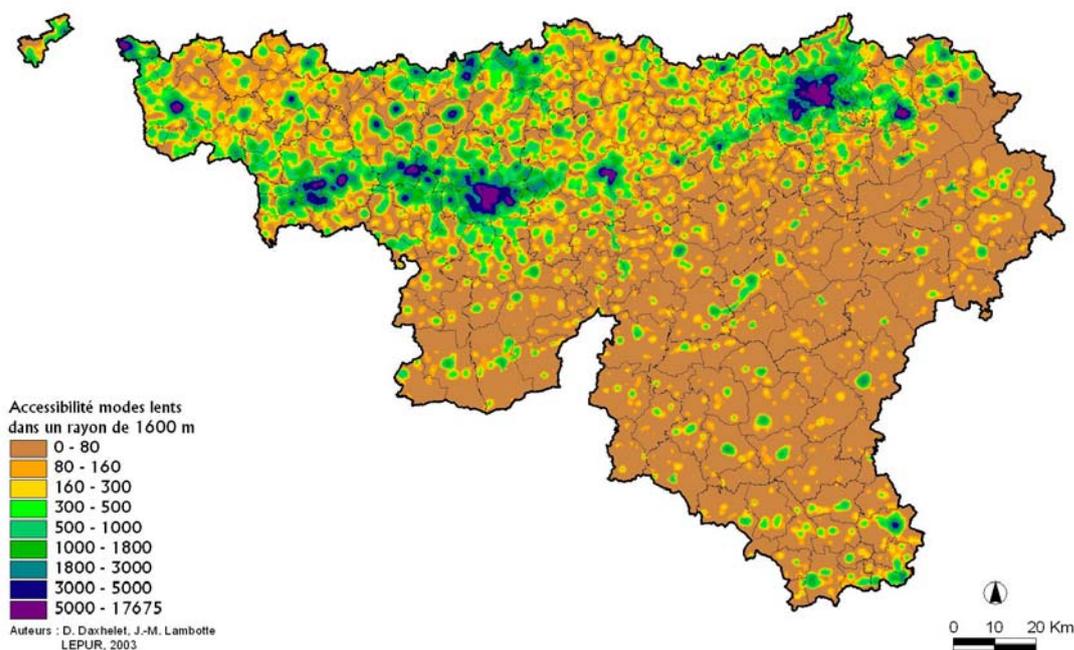
- Par souci de cohérence avec la recherche de maximisation du recours aux alternatives à la voiture.

A propos de cette seconde raison, il est nécessaire de rappeler quelques résultats tirés de la modélisation des cartes d'accessibilité, en particulier celle relative à la part modale liée à l'usage de la marche à pied et du vélo (CORNET *et al.*, 2005, pp. 355-364). Dans le cadre de cette modélisation relative aux choix modaux pour les déplacements domicile-travail²², il est apparu que la distribution de la part des modes lents (marche à pied + vélo) tant au lieu de résidence (voir carte 11) qu'au lieu de travail était étroitement liée au rapport entre deux mesures :

- le volume de population observé au lieu de résidence pouvant être atteint en chaque point à pied ou à vélo tenant compte de la probabilité que ce déplacement s'effectue entièrement par un de ces modes en fonction de la distance à parcourir (le résultat de cette mesure de potentiel sur base de la population de 2001 est visible carte 9) ;
- le volume de population observé au lieu de résidence pouvant être atteint en chaque point quel que soit le mode de déplacement tenant compte de la probabilité liant le nombre de déplacements effectués pour les relations domicile-travail tous modes confondus et la distance à parcourir (le résultat de cette mesure de potentiel sur base de la population de 2001 est visible carte 10).

Carte 9 : Volume de population observé au lieu de résidence pouvant être atteint en chaque point à pied ou à vélo tenant compte de la probabilité que ce déplacement s'effectue entièrement par un de ces modes en fonction de la distance à parcourir

Accessibilité par les modes lents en Wallonie

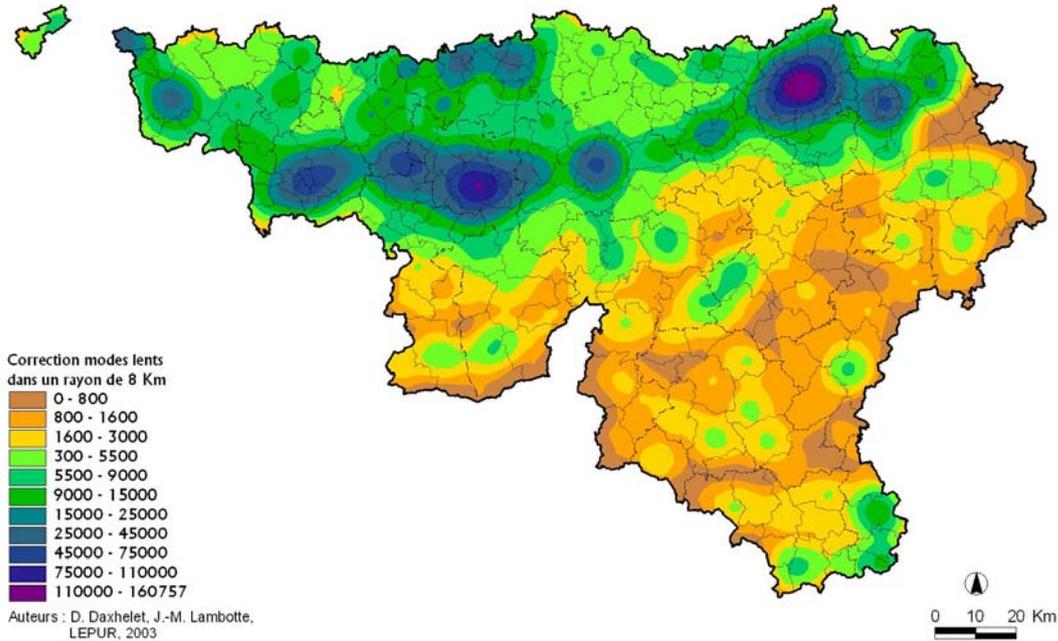


Sources : INS, 2001 et HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002

²² Pour la visualisation des résultats de cette modélisation, consulter les sites : http://cpdt.wallonie.be/?id_page=73 et <http://cartocit1.wallonie.be/cpdt/>

Carte 10 : Volume de population pouvant être atteint en chaque point quel que soit le mode de déplacement tenant compte de la probabilité liant le nombre de déplacements effectués pour les relations domicile-travail tous modes confondus et la distance à parcourir

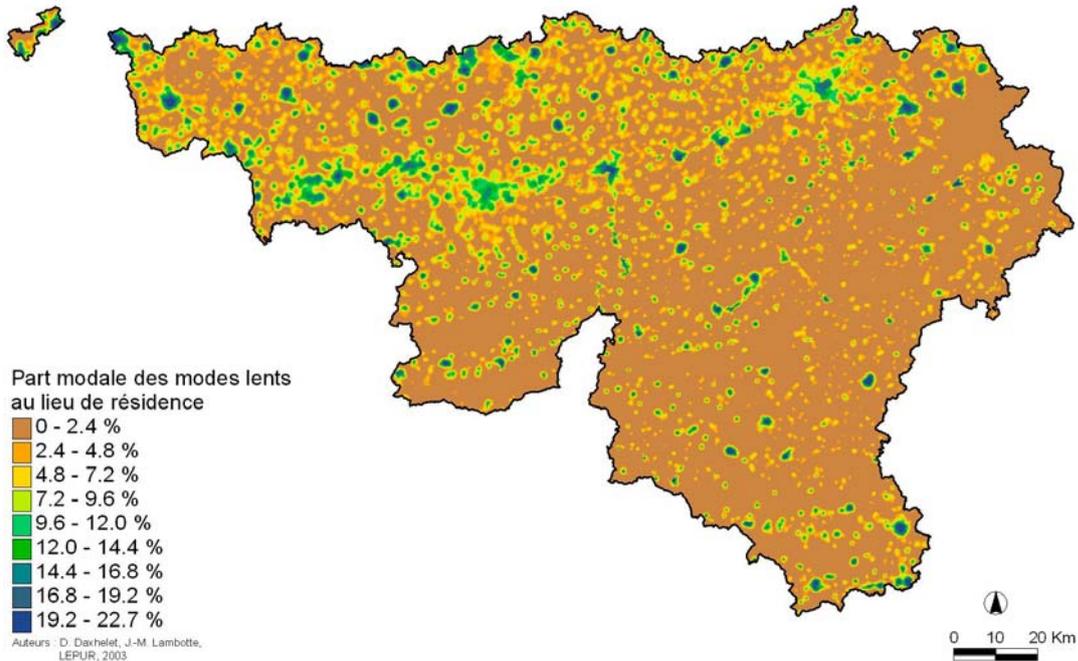
Correction pour les modes lents en Wallonie



Sources : INS, 2001 et HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002

Carte 11 :

Part modale attendue pour les modes lents au lieu de résidence



Sources : INS, 1991 et 2001 et HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002

Les deux fonctions prises en compte dans cette modélisation ont été tirées des résultats de l'enquête MOBEL du GRT (HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002).

Cette dernière carte fournissant en tout point du territoire la part modale attendue pour les modes lents au lieu de résidence est le résultat de la régression pondérée entre deux variables :

- la distribution par secteur statistique de cette part des modes lents observée dans le cadre du recensement de 1991 ;
- le quotient des deux précédentes mesures de potentiel.

En transposant cette logique aux déplacements liés aux achats, on peut imaginer la situation suivante. Pour dépasser la barre des 25 % de clients qui viennent à pied dans la seule grande surface d'une commune de 5 000 habitants (considérant l'absence de réelle concurrence en dehors de cette commune), il est nécessaire que le nombre de logements dans un rayon de 400 m soit au moins similaire à 500 logements (tenant compte de 2,5 habitants par logement). Pour atteindre la même part modale dans une commune de 50 000 habitants de même superficie, ce nombre de logements situés dans un rayon de 400 m doit sans doute dépasser de plusieurs centaines de pourcents ce seuil de 500 logements, bien que les 50 000 habitants se répartiront cette fois à coup sûr entre divers points de vente.

L'approche retenue ici consiste donc à tenir compte d'une densité uniforme sur une même commune pour fixer un seuil minimum de logements dans un rayon de 400 m (ce qui correspond à une mesure de potentiel de population susceptible de venir faire ses achats à pied). Cette approche semble moins pertinente que celle consistant à tenir compte d'une mesure de potentiel variant en tout point (à l'image de la seconde mesure de potentiel ci-dessus). Au sein d'une même commune d'une grande superficie (au regard de la distance moyenne parcourue pour les déplacements liés aux achats) et d'une densité de population très hétérogène selon la localité, le seuil retenu pour l'ensemble de la commune risque d'être trop laxiste au niveau du principal noyau d'habitat et trop strict pour un gros village situé à l'écart. Les communes de Tournai, Namur, Libramont ou Bastogne sont à cet égard des cas d'école. Cependant, dans les délais qui sont les nôtres, il n'est pas possible de paramétrer la fonction qui serait nécessaire à ce calcul de potentiel tenant compte de tous les modes de déplacements.

Pour simplifier le problème, nous avons donc recours à une valeur de densité uniforme pour l'ensemble de chaque commune, quitte à avoir des effets de bord en certains endroits. De toute façon, nous avons suggéré que les seuils liés à ce critère relatif à l'accessibilité par les alternatives à la voiture n'aient pas un caractère réglementaire mais plutôt indicatif, ce qui permet de moduler cette valeur vers le haut ou vers le bas selon la configuration locale. Nous insistons toutefois sur la nécessité de limiter l'ampleur de l'écart vers le bas entre le seuil de référence associé à la densité de la commune et le seuil utilisé localement dans un projet concret pour éviter de vider ce critère de sa pertinence.

Du tableau de l'annexe 7.1 relatif à la répartition des 262 communes entre les neuf classes de densité retenues, il apparaît que certaines communes ont de fortes chances de passer d'ici peu dans une classe de densité supérieure au vu de la croissance démographique de ces dernières années. Il nous semble logique que, lorsqu'une commune voit sa population augmenter, le critère du seuil lié au nombre de logements soit adapté à la hausse si l'on veut avoir la chance d'un jour atteindre une part modale de 36,25 % pour les alternatives à la voiture. Plutôt qu'une adaptation en continu, nous avons opté pour une adaptation en escalier, raison pour laquelle les communes sont réparties en classes de densité. Cette hausse en passant d'une classe à l'autre doit cependant être modérée selon nous. C'est pourquoi il est utile que les communes soient réparties sur un grand nombre de classes.

L'analyse du résultat cartographique de cette mesure du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m en tout point du territoire nécessite de pouvoir observer la distribution de cette variable très finement spatialisée dans différentes parties du territoire wallon. Pour limiter la taille du fichier associé à ce rapport, nous avons choisi de placer ces cartes dans un dossier annexe en pdf téléchargeable sur le site suivant :

http://139.165.29.109/telechargement/autre/jm/Accessibilite-Nbre_de_logements.pdf

Vous y trouverez pour chacune des 9 classes de densité un jeu de deux fois trois cartes (trois relatives à l'estimation du nombre de logements dans un rayon de 400 m et trois associées à une distance de 700 m). 27 sous-régions de Wallonie sont ainsi couvertes par ces cartes.

b) Sous-critère de la fréquence relative des bus

Pour rappel, il s'agit de délimiter des cercles de 500 m de rayon autour des arrêts de bus desservi par une (ou plusieurs) ligne(s) dont la fréquence (cumulée) dépasse une certaine proportion de la fréquence de passage de la ligne la plus fréquente au sein de la commune. Pour ce faire, nous avons eu recours à la base de données constituée par le LEPUR dans le cadre à nouveau des travaux de modélisation en vue de l'élaboration des cartes d'accessibilité. Cette base de données reflète le nombre total de bus susceptibles de s'arrêter à chaque arrêt pour chaque ligne un jour moyen de semaine en 2004. Les fréquences de passage des métros aux arrêts à Charleroi sont calculées de la même manière. Cette base de données tient également compte des lignes de bus de la société De Lijn venant de Flandre, de la société ASEAG venant d'Aix-la-Chapelle, de la société Transdev venant de la métropole lilloise et de quelques lignes desservies par quelques compagnies grand-ducales.

Même si, depuis 2004, différents changements sont intervenus sur le réseau des TEC avec la création de diverses lignes (notamment dans le Brabant wallon, autour de Namur et de Liège ainsi que le long de la frontière linguistique), ces changements semblent avoir fort peu d'impact sur la géographie des arrêts de bus desservis par des fréquences élevées et sur la fréquence de la ligne la plus fréquente dans les diverses communes wallonnes. La plupart des lignes créées sont en effet des lignes à faible fréquence.

A partir de cette base de données, nous avons, dans un premier temps, sélectionné les arrêts de bus qui sont situés sur le territoire de chaque commune. Nous avons calculé pour chaque arrêt la fréquence totale cumulée toutes lignes confondues et repéré la ligne la plus fréquente dans chaque commune. Sur cette base, nous avons calculé au sein de chaque commune, le rapport entre la fréquence cumulée de chaque arrêt et la fréquence de la ligne la plus fréquente.

Le résultat cartographique de ce sous-critère se présente sous forme de cercles de 500 m de rayon autour des arrêts de bus ; cercles dont la surface a une teinte qui dépend du rapport entre la fréquence cumulée de passage à l'arrêt concerné et celle de la ligne la plus fréquente au sein de la commune en question. Pour juger de la pertinence de ce sous-critère et des seuils à retenir, il est nécessaire d'observer la distribution de cette variable dans différentes parties du territoire wallon. Pour limiter la taille du fichier associé à ce rapport, nous avons choisi de placer ces cartes dans un dossier annexe en pdf téléchargeable sur le site suivant : <http://139.165.29.109/telechargement/autre/jm/Bus-Commerces.pdf>. Vous y trouverez un jeu de 26 cartes couvrant le territoire de toutes les principales sous-régions de la Wallonie.

c) Délimitation des noyaux commerçants

Un des objectifs majeurs sous-tendant ce critère doit être de savoir si les nouvelles implantations commerciales participent au renforcement d'un noyau commerçant existant ou si elles s'en écartent, tenant compte de la métrique piétonne. A nouveau, cet objectif est en relation avec la recherche d'une moindre dépendance à la voiture. Dans le cadre des chaînes de déplacements, de nombreux déplacements liés au motif achats sont associés à d'autres achats. Il est donc nécessaire de privilégier dans une certaine mesure le regroupement des commerces au sein de polarités commerciales. C'est en pratiquant de la sorte que l'on favorise la marche à pied pour les trajets entre les magasins fréquentés. Voici

un argument de plus pour privilégier, à propos des commerces susceptibles de s'installer en périphérie, la forme du parc commercial à la forme des développements en ruban.

A côté de cet aspect mobilité, ce sous-critère vise aussi à renforcer la vitalité économique des pôles urbains et à éviter à tout prix la poursuite de leur dépérissement. Il s'agit donc de lutter contre la multiplication des cellules vides au sein des centres commerçants traditionnels et, au contraire, participer à leur résorption. Derrière ceci se cache notamment une question d'image de marque pour nos villes. Il est nécessaire ici de rappeler combien l'image de marque des centres villes influence l'image de marque des villes dans leur ensemble et, en conséquence, l'image de marque de toute une région. Un contexte urbain où le cœur des villes a un faciès dévitalisé constitue un sérieux handicap pour attirer des investisseurs étrangers dans une région. C'est aussi fort pénalisant pour la qualité de vie des habitants des tissus urbains centraux et pour l'attractivité du centre-ville comme lieu de résidence.

Pour aborder ce sous-critère, il est nécessaire de délimiter spatialement les pôles commerçants. Pour ce faire, nous avons eu recours aux données du plan cadastral numérique (CadMap - version 01.01.2007) fourni par le service de la Documentation patrimoniale du SPF Finances.

Nous avons effectué différents prétraitements sur base de ces données numériques afin de pouvoir délimiter les noyaux commerçants existants. Pour ce faire, nous avons opéré des choix à trois niveaux :

- les natures cadastrales retenues associées au commerce de détail ;
- une distance seuil entre deux parcelles contenant un commerce permettant de considérer qu'elles participent au même pôle commerçant ou qu'elles ne font pas partie du même noyau ;
- le seuil de surfaces commerciales (en nombre de points de vente minimum, faute d'information exhaustive sur les surfaces de vente) pour considérer que des commerces voisins forment une réelle polarité commerciale.

Vis-à-vis de chacun de ces trois choix, nous avons rencontré divers problèmes décrits ci-après.

Natures cadastrales retenues

En première approche, nous avons retenu les natures cadastrales suivantes comme étant affectées au commerce : « grand magasin » et « maison de commerce ».

Nous avons ensuite ajouté 8 autres natures fréquemment rencontrées dans les mêmes types de localisation que le commerce et qui soit :

- contiennent souvent une partie affectée à la vente de détail (« boulangerie » et « boucherie ») ;
- offrent un autre service à caractère commercial (« banque », « cinéma », « lavoir », « hôtel », « restaurant » et « café »).

Après visualisation du résultat de cette sélection, il est toutefois apparu un problème non négligeable. En effet, un grand nombre d'immeubles possédant plusieurs niveaux et dont le rez-de-chaussée est occupé par du commerce n'ont pas pour nature cadastrale au niveau de la parcelle « maison de commerce » ou « Grand magasin » mais une des natures suivantes (SUP.& P.C., P. IM.AP et P.P.IM.AP). Au sein de l'ensemble de ces immeubles, il faut recourir à une seconde base de données interne au cadastre afin de distinguer ceux qui comportent au moins un niveau affecté au commerce. Par exemple, pour la région liégeoise, ces situations concernent de très importants bâtiments commerciaux comme les galeries Saint-Lambert, l'îlot Saint-Michel, les centres commerciaux Belle-Île et du Longdoz, les rez-de-chaussée commerciaux des immeubles à appartements des boulevards d'Avroy et de la Sauvenière...

Cette seconde base de données ne se rapporte plus à la nature cadastrale mais bien au contenu des bâtiments. Le service de la Documentation patrimoniale du SPF Finances nous a transmis le numéro cadastral des diverses parcelles de type SUP.& P.C., P. IM.AP et P.P.IM.AP qui comportent une partie dévolue au commerce (repérés via l'utilisation du préfixe CO dans cette base de données). Il nous reste à obtenir du cadastre la même information pour les communes germanophones pour régler ce problème des immeubles à vocations multiples. Une fois ces données recueillies, nous devons encore réinjecter cette sélection de parcelles dans celle obtenue avec les précédents traitements basés sur les 10 natures cadastrales retenues en première approche.

Outre les problèmes déjà soulevés, cette délimitation des noyaux commerçants et, plus encore, l'énumération des cellules commerciales en leur sein ne sont pas exemptes de critiques. Ainsi, dans les anciennes rues commerçantes, un grand nombre de parcelles sont répertoriées sous l'appellation « maison de commerce » alors que le rez-de-chaussée de ces immeubles est vide depuis de nombreuses années, ou est réaffecté au logement sans qu'une modification dans la nature cadastrale n'ait été opérée. Il existe donc une surestimation difficilement quantifiable du nombre de petites cellules commerciales présentes tant au centre de certains petits villages que dans les rues secondaires des pôles commerçants des grandes villes.

Distance seuil entre deux parcelles affectées au commerce et nombre minimal de parcelles

La délimitation des noyaux commerçants se heurte également à des difficultés car elle repose sur des choix arbitraires.

Tout d'abord, se pose la question de la distance seuil. Dans la littérature scientifique, il est préconisé de considérer un noyau ou nodule commerçant dès que l'on trouve sur une distance de 100 mètres au moins 5 commerces (MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 1995, p. 21) ou au moins 4 commerces (WAYENS B., 2006, p. 67). Avec les outils SIG dont nous disposons, calculer la distance du troisième ou quatrième plus proche voisin est une chose peu aisée.

Nous avons simplifié le problème en utilisant la technique du « buffer ». Celle-ci consiste à s'intéresser seulement au plus proche voisin via le recours à une zone tampon. Autour de chaque parcelle commerciale, nous avons de la sorte créé une enveloppe d'une épaisseur variable. Nous avons cherché la valeur optimale de cette zone tampon. En fixant cette valeur à 10 mètres, nous considérons que toutes les parcelles commerciales dont les extrémités les plus proches sont distantes au maximum de 2 x 10 mètres font partie d'un même nodule. Après plusieurs essais, il est apparu que la valeur à privilégier est comprise entre 25 et 35 mètres.

Avec le seuil de 25 mètres, tous les commerces distants d'au maximum 50 mètres font partie du même noyau. Dans les faits, ce seuil de 25 mètres est le plus adapté sauf :

- dans les pôles périphériques (où des voies routières larges de plusieurs dizaines de mètres peuvent intervenir et où existe une urbanisation quatre façades impliquant de vastes parcelles pouvant être ponctuellement affectées à autre chose que du commerce) ;
- en milieu rural (où le commerce est souvent plus lâche car interrompu par d'autres fonctions telles que le logement).

Dans ces deux cas, il semble que le seuil des 35 mètres soit à privilégier.

Les tableaux ci-dessous illustrent l'effet de la distance seuil sur le nombre de nodules commerciaux présents en Région wallonne et sur leur hiérarchie (en fonction du nombre de parcelles concernées).

Tableau 7 : Effet de la distance seuil sur le nombre de nodules commerçants en Région wallonne

	Distance seuil		
	10 mètres	25 mètres	35 mètres
Nombre total de nodules	18 067	12 543	10 590
Nombre de nodules contenant minimum 5 parcelles	1 534	1 403	1 342
Nombre de nodules contenant minimum 10 parcelles	695	705	695

Source : CadMap 01.01.2007, SPF Finances

Tableau 8 : Effet de la distance seuil sur la hiérarchie des 20 principaux pôles commerçants au niveau du nombre de parcelles concernées

Hiérarchie basée sur une distance seuil de 25 mètres				Hiérarchie basée sur une distance seuil de 35 mètres			
Position	Nom du pôle	Nombre de parcelles	Superficie du noyau (en ha)	Position	Nom du pôle	Nombre de parcelles	Superficie du noyau (en ha)
1	Liège	1 700	21,9	1	Liège	1 954	27,2
2	Charleroi	929	13,4	2	Verviers	984	18,2
3	Verviers	847	15,0	3	Charleroi	982	14,6
4	Mons	815	13,8	4	Mons	829	15,1
5	Namur	688	11,0	5	Namur	739	12,0
6	Tournai	610	10,3	6	Tournai	691	12,1
7	La Louvière	470	11,1	7	Mouscron	495	13,8
8	Mouscron	409	11,4	8	La Louvière	476	11,2
9	Wavre	404	7,3	9	Outremeuse (Liège)	417	8,9
10	Outremeuse (Liège)	404	5,6	10	Wavre	406	7,4
11	Binche	375	6,7	11	Gilly (Charleroi)	383	13,5
12	Gilly (Charleroi)	364	11,8	12	Binche	383	6,8
13	Nivelles	348	6,3	13	Nivelles	351	6,3
14	Ath	320	4,6	14	Herstal	331	10,5
15	Châtelet	277	7,5	15	Ath	330	5,0
16	Bastogne	273	5,8	16	Bastogne	287	7,9
17	Spa	263	4,4	17	Spa	284	4,9
18	Arlon	252	4,6	18	Châtelet	281	7,6
19	Jemeppe-sur-Meuse (Seraing)	249	8,6	19	Jemeppe-sur-Meuse (Seraing)	261	8,8
20	Malmedy	233	3,9	20	Arlon	252	4,6

Source : CadMap 01.01.2007, SPF Finances

En vue de la délimitation des noyaux commerçants, le second seuil à fixer concerne le nombre de cellules commerciales minimum à partir duquel un effet polarisateur doit être considéré. Notons qu'au sein des centres commerciaux et des galeries commerçantes, le cadastre ne donne aucun renseignement sur le nombre de cellules commerciales. Ce problème n'a toutefois aucune incidence sur la délimitation des noyaux commerçants.

Dans la littérature scientifique, on trouve à ce propos un nombre variant entre 5 et 20 unités (MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 1995, p. 21). Ainsi, dans le cadre du plan régional d'affectation du sol (PRAS) de la Région de Bruxelles-Capitale, le seuil de 20 commerces a été retenu (DENOORE M., 2004, p. 11). Si un seuil de 10 ou 20 unités est adapté au milieu urbain dense, il semble que le seuil de 5 commerces est le plus adapté au milieu rural et aux pôles commerçants périphériques.

Pour rappel, le rapport du mois de février comportait deux cartes permettant de visualiser, d'une part, l'effet de la distance-seuil sur le nombre et l'étendue des noyaux commerçants dans l'agglomération de Namur et, d'autre part, la hiérarchie des pôles commerçants en région liégeoise basée sur le nombre de points de vente. Les cartes produites en vue d'illustrer le résultat des sous-critères du nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m et de la fréquence relative des bus comportent aussi un repérage des noyaux commerçants grands et petits, ainsi que du commerce isolé sur base des seules 10 natures cadastrales retenues en première approche. Ces noyaux commerçants y sont délimités en utilisant une distance-seuil de 35 m et présentent une teinte dont l'intensité varie selon la classe du nombre de points de vente.

4.4.2 Analyse des résultats cartographiques de ce critère et recherche de seuils de référence

4.4.2.1 Critique globale des résultats tirée de l'observation du croisement des variables cartographiées sur base des trois sous-critères

En comparant ces trois cartographies, on constate une très forte concordance dans l'immense majorité des communes entre les périmètres des principaux noyaux commerçants (en termes de points de vente) et ceux des hautes valeurs relatives au nombre de logements dans un rayon de 400 / 700 m et concernant la fréquence relative de passage des bus. Cette bonne concordance atteste que le commerce avait jadis tendance à s'organiser de lui-même selon la logique défendue au travers du présent critère, du temps où la voiture n'était pas encore le mode de déplacement dominant. Elle montre aussi que, même sans une volonté expresse des pouvoirs publics de faire de l'accessibilité à pied et en bus des critères très importants pour la localisation du commerce dans le cadre, notamment, du permis socio-économique, une partie non négligeable de l'offre mise en place au cours des 30 ou 40 dernières années s'est implantée de façon à respecter cette organisation favorable à l'usage de modes écomobiles. Appliquer le critère de l'accessibilité par les alternatives à la voiture tel que nous le formulons ici semble donc ne pas ajouter une barrière infranchissable à l'évolution nécessaire de l'offre commerciale, pour autant que l'on intègre les nuances à apporter selon la nature des biens vendus. Au vu de la longue liste des nouveaux équipements commerciaux dont la localisation ne respecte par ce critère et au vu du défi qui nous attend en matière de réduction des émissions de GES, il semble par contre qu'un tel critère soit indispensable.

4.4.2.2 Résultats spécifiques aux commerces de biens de consommation courante

Pour l'ensemble des communes participant à une même classe de densité, nous avons cherché à trouver la valeur optimale du seuil relatif au nombre de logements minimum à avoir dans un rayon de 400 m autour d'un projet de commerce d'alimentation. Pour ce faire, nous avons procédé par une analyse visuelle du résultat cartographique de ce sous-critère et par une analyse statistique. Nous avons calculé dans chaque commune la proportion du nombre de points de vente respectant un certain seuil en matière de nombre de logements dans un rayon de 400 m en faisant varier ce seuil. L'observation du rythme de la baisse du nombre de points de vente respectant ce critère au fur et à mesure de la croissance de ce seuil a permis de préciser une fourchette dans laquelle mériterait d'être fixé cette valeur pour l'ensemble des communes d'une même classe de densité.

In fine, il convient de proposer un seuil optimal associé à chaque classe de densité. Par valeur optimale, nous entendons un seuil qui, à la fois, soit suffisamment:

- ferme pour favoriser de façon significative l'usage de la marche à pied lors des déplacements liés aux courses régulières (ce qui suppose qu'il ne soit pas trop laxiste là où l'urbanisation a pris une forme relativement compacte) ;

- bas pour être applicable dans la plupart des communes et, au sein de ces entités, dans la plupart des bourgades et villages où une telle offre commerciale se justifie.

Trouver ce juste équilibre n'est pas évident mais est indispensable. Bien entendu, les seuils proposés ici pourront être revus à la hausse lorsque le nombre de résidences exact au sein des immeubles à appartements sera connu et géoréférencé au niveau de la parcelle. D'ores et déjà, on sait qu'en retenant les seuils proposés dans le tableau 9 ci-après, les périmètres répondant dès à présent à ce critère seront élargis par rapport aux cartes présentées au point a) du 4.4.1 lorsque sera connu le volume d'appartements par immeuble.

Tableau 9 : Seuils proposés relatifs au nombre minimum de logements dans un rayon de 400 m selon la classe de densité de la commune et proportion du nombre de points de vente respectant ces seuils

Classe de densité (en hab/km ²)	Seuil proposé (en nombre de logements)	Part du nombre de points de vente recensés par le cadastre respectant le seuil sur l'ensemble des communes regroupées dans chaque classe de densité
De 20 à 35	80	62,2 %
De 35 à 50	100	72,4 %
De 50 à 75	120	73,6 %
De 75 à 100	150	61,9 %
De 100 à 150	180	60,7 %
De 150 à 200	210	55,4 %
De 200 à 300	250	65,4 %
De 300 à 500	300	71,3 %
+ de 500	350	80,6 %

Source : CadMap 01.01.2007, SPF Finances

Il convient de préciser ici que ces seuils, adaptés à un grand nombre de contextes, paraissent légèrement, voire exceptionnellement fortement surestimés par rapport aux réalités locales de l'ensemble du territoire de certaines communes. Les communes qui sont dans cette situation de relative densité au niveau communal et de faible compacité au niveau des différents noyaux d'habitat sont par ordre croissant de densité : Rendeux, Tinlot, Attert, Ferrières, Ohey, Burdinne, Fernelmont, Gesves, Ramillies, Geer, Incourt, Faimés, Donceel, Nandrin, Crisnée, Marchin, Verlaine, Lasne, Chaumont-Gistoux, Trooz et Neupré. Le propre de ces communes est de compter diverses localités dont aucune ne se détache particulièrement du lot en matière de volume de population et de compacité. Le plus souvent toutefois, l'ajout de quelques logements en plus suffirait à atteindre le seuil fixé pour la plupart de ces communes au centre du principal (ou des deux principaux) village(s). D'ailleurs, la seule prise en compte des appartements devrait suffire à faire sortir de nombreuses communes de cette liste. Par contre, certains cas sont assez problématiques. Sont surtout concernés en fait trois entités d'une densité relativement proche de la moyenne régionale mais ne comptant aucun village compact : Ramillies, Crisnée et Nandrin.

Dans de nombreuses communes de grande superficie, on se rend compte que si le seuil retenu est assez aisément atteint au niveau du principal noyau d'habitat de la commune, il est rare de voir émerger un second ou un troisième noyau d'habitat où le seuil est dépassé. Dans ce type de situation rencontré par exemple à Tournai, Libramont, Bertrix, Bastogne, Chimay, Malmedy, on pourrait recommander de moduler ce seuil au sein de la commune. Il s'agirait de le relever d'un cran pour le principal noyau d'habitat et de l'abaisser dans tous les villages situés à l'écart de ce bourg ou de cette ville (c'est-à-dire à une distance supérieure à 3 ou 4 km du centre-ville).

4.4.2.3 Résultats spécifiques aux commerces de biens de consommation courante peu pondéreux

Pour ce type de commerce, il faut trouver les seuils adéquats pour les trois parties du critère.

1. Le nombre de logements dans un rayon de 700 m

Il est possible d'opérer de la même façon à partir des résultats cartographiques de l'estimation du nombre de logements situés dans un rayon de 700 m qu'à partir de ceux relatifs à un rayon de 400 m. Si l'on compare ces résultats avec ceux obtenus pour un rayon de 400 m, on observe surtout un élargissement des périmètres correspondant au dépassement d'un seuil assez élevé en comparaison de la valeur maximale au niveau communal. C'est particulièrement visible quand on prend de grandes villes comme Liège ou Namur. C'est aussi explicite dans le cas de Marche-en-Famenne. L'entrée du parc commercial de la Pirire près du rond-point à la sortie de la N4 est inclus dans de hautes valeurs d'accessibilité pour un rayon de 700 m tandis qu'elle est rangée dans des valeurs très faibles quand on s'intéresse à la localisation des commerces alimentaires (rayon de 400 m).

A l'opposé, le passage de la cartographie relative à 400 à celle pour 700 m fait disparaître certaines localités secondaires des classes de bonne accessibilité alors que la première estimation indique que le critère pour y localiser un commerce de biens de consommation courante est respectée.

A nouveau, nous avons décidé de proposer des seuils pour ce sous-critère.

Tableau 10 : Seuils proposés relatifs au nombre minimum de logements dans un rayon de 700 m selon la classe de densité de la commune et proportion du nombre de points de vente respectant ces seuils

Classe de densité (en hab/km ²)	Seuil proposé (en nombre de logements)	Part du nombre de points de vente recensés par le cadastre respectant le seuil sur l'ensemble des communes regroupées dans chaque classe de densité
De 20 à 35	150	56,9 %
De 35 à 50	200	68,1 %
De 50 à 75	250	69,3 %
De 75 à 100	300	57,6 %
De 100 à 150	400	57,4 %
De 150 à 200	500	48,3 %
De 200 à 300	600	60,0 %
De 300 à 500	700	72,0 %
+ de 500	800	89,2 %

Source : CadMap 01.01.2007, SPF Finances

Ces seuils, adaptés à un grand nombre de contextes, paraissent à nouveau légèrement voire, parfois, fortement surestimés par rapport aux réalités locales de certaines communes. La liste des communes qui sont dans cette situation est presque identique à celle relative aux biens de consommation courante. Dans un grand nombre de contextes, ce seuil apparaît par contre trop laxiste. Vu toutefois que, pour ce type d'achat, le présent sous-critère doit être combiné avec deux autres sous-critères (relatifs à l'offre en bus et à l'inscription dans un noyau commercial), il n'est pas nécessaire de placer la barre très haut pour ce seul aspect.

2. L'inscription dans un cercle de 500 m de rayon autour d'un arrêt de bus desservi par une (ou plusieurs) ligne(s) de bus dont la fréquence (cumulée) dépasse une certaine proportion de la fréquence de la ligne la plus fréquente de la commune

Si l'on considère que le seuil relatif au rapport entre la fréquence à l'arrêt considéré et la fréquence de la ligne la plus fréquente doit être supérieur ou égal à 100 %, il apparaît que le territoire où ce sous-critère est respecté varie d'une commune à une autre, d'un espace très restreint à une très grande partie des zones urbanisables. Au pire des cas, ce périmètre se résume à un cercle de 500 m de rayon autour d'un seul arrêt. Cette configuration est notamment rencontrée à Beaumont, Rance, Chimay, Momignies et Lessines. Ces entités sont concernées par une ligne de bus à forte fréquence et parcourant plusieurs communes. Sur ce type de ligne, il est fréquent que l'ensemble des bus ne parcourent pas la totalité de la ligne de terminus à terminus mais commencent leur parcours ou le terminent au centre d'une localité située sur ce parcours. Ce sont ces terminus intermédiaires qui, au sein de certaines communes, constituent le seul arrêt respectant le seuil de 100 %.

Toutefois, dans un grand nombre de communes, ce sont tous les arrêts d'une ligne ou une grande partie de ces derniers qui répondent à ce critère pour ce seuil. En outre, surtout au sein des villes moyennes et grandes, un grand nombre d'arrêts distribués le long de plusieurs lignes passant par le centre-ville respectent ce critère d'une fréquence relative égale ou supérieure à la ligne la plus fréquente. Cela s'explique par le fait qu'à l'approche et au sein du centre de nombreuses localités, il est fréquent que plusieurs lignes aient un trajet commun.

Lorsque l'on croise la localisation des noyaux commerciaux existants avec le périmètre des cercles où ce seuil de 100 % est dépassé, on se rend compte que, dans quasi toutes les communes, les noyaux commerçants traditionnels principaux de quasi chaque commune bénéficient d'une fréquence de bus au moins égale à celle de la ligne la plus fréquente. Cela est également vrai pour la plupart des noyaux commerçants secondaires traditionnels et un grand nombre de pôles secondaires nouveaux des grandes agglomérations, même lorsque ceux-ci ne correspondent pas à une localité chef lieu d'une commune. C'est ainsi le cas de :

- Froyennes pour Tournai,
- Hornu, Jemappes, Cuesmes, Ghlin du côté de Mons ;
- Houdeng-Goegnies, le pôle du Cora, Jolimont pour La Louvière ;
- Gosselies, Jumet, Gilly, Marchienne-au-Pont, Mont-sur-Marchienne, Marcinelle, Couillet, Montignies-sur-Sambre, châtelaineau... pour Charleroi ;
- Bouge, Jambes, Salzinnes et Saint-Servais pour Namur ;
- Jemeppe-sur-Meuse, Pairay, Guillemins, Sainte-Walburge, Outremeuse, Longdoz, Chênée, Bois de Breux, Basse-Campagne... à Liège ;
- Heusy, Ensival et Gêrarchamps à Verviers.

Il en va de même pour les entrées de ville dans de nombreux petits ou moyens pôles urbains, entrées de ville au caractère commercial très prononcé (Avenue des Alliés à Malmedy, Avenue de Bouillon à Libramont, Avenue de la Porallée entre Aywaille et Remouchamps...).

En fait, ce seuil de 100 % semble trop élevé uniquement dans un petit nombre de communes concernées par une configuration très particulière. Il s'agit de Flobecq, Estinnes, Marchin, Modave, Mont-Saint-Guibert et Blégny. Dans ces entités, la ligne la plus fréquente ne passe nullement par le centre de la plus importante localité mais passe par une grand-route située à l'écart (route Liège-Visé pour Blégny, route Mons-Binche pour Estinnes, route Renaix-Brakel pour Flobecq, N4 pour Mont-Saint-Guibert...).

A contrario, au sein de certaines villes moyennes et grandes agglomérations, vu la multitude d'arrêts disposant d'une fréquence cumulée de passage excédant la fréquence de la ligne la plus fréquente, il semble possible de fixer le seuil à 150 % minimum dans diverses communes.

3. L'inscription dans un noyau commerçant existant

Ce sous-critère est tout aussi indispensable à nos yeux pour ce type de commerce que les deux précédents. Pour qu'un commerce soit considéré comme répondant à ce critère, on peut à nouveau envisager cela dans une vision minimaliste ou maximaliste.

Dans son acception minimaliste, ce critère serait respecté dès que la distance entre la limite de la parcelle où est envisagé le projet et la limite la plus proche d'une des parcelles constituant un réel noyau commercial serait inférieure à 2 x 35 m, soit 70 m. Pour considérer un regroupement de commerces comme un noyau au sens de ce critère, un seuil de 5 cellules commerciales en milieu rural et de 20 points de vente en milieu urbain pourrait être retenu à cet égard. Avec un tel critère, une extension progressive des noyaux commerçants serait permise pour ce type de commerce (tant en ce qui concerne le noyau principal de la commune que concernant certains pôles secondaires).

Nous pensons que cette vision du critère est adaptée à des contextes où il y a peu de disponibilités foncières et immobilières (c'est-à-dire peu de cellules commerciales vides et peu de friches d'autres natures). Elle est également adaptée à des contextes où la demande est en croissance au niveau sous-régional (croissance de la population).

Dans d'autres contextes, fréquents au sein des villes du Sillon, il nous semble utile d'avoir une vision plus coercitive de ce critère. En particulier lorsqu'il s'agit de projets de grande ampleur susceptibles d'avoir un impact commercial majeur en comparaison de l'ensemble des dépenses consenties par la clientèle dans le commerce local de certains centres-villes, il est utile de veiller à assurer une distance la plus réduite possible entre ce projet et la (ou une des) rue(s) principale(s) commerciale(s) de ces derniers. Si l'on veut éviter de déforcer l'hypercentre commercial de ces villes mais, au contraire, le revitaliser, il est utile que les flux que pourront générer ce nouveau complexe puissent au maximum profiter aux points de vente situés actuellement dans ces principales rues commerçantes des villes et à leurs abords immédiats. Concernant le passage des chandals entre un nouveau complexe commercial et les principales rues de l'hyper-centre commerçant, une distance de 200 m est une distance bien trop élevée pour que ce type de projet ait un impact global positif sur une grande partie de l'activité du centre-ville. De plus, à propos du trajet séparant complexe commercial nouveau et principales rues commerçantes, les experts consultés lors de l'analyse des tendances ont insisté sur la nécessité d'une absence de rupture dans le linéaire commercial sur ce trajet (pas de voie rapide à traverser, par de rue au caractère résidentiel affirmé).

4.4.2.4 Résultats spécifiques aux commerces de biens de consommation courante pondéreux

Nous ne nous sommes pas encore penchés sur ce point. Il semble toutefois qu'il ne faille pas abaisser de beaucoup le seuil prévu pour les commerces de biens de consommation courante peu pondéreux concernant le sous-critère relatif à l'offre en bus pour que, dans la plupart des communes, une quantité non négligeable de surfaces soit disponible au sein du périmètre respectant la norme. Abaisser ce seuil à 100 % ou tout au plus à 80 % semble être suffisant si l'on veut empêcher une totale dépendance à la voiture pour ce type de commerces lié à des produits pondéreux tout en permettant son développement, ce dernier étant en général fort consommateur d'espace. Même si l'on sait que, dans ce type de commerce, il est logique que la quasi-totalité des clients n'y accèdent pas à pied, il faut veiller à ce que les travailleurs de ces magasins puissent y accéder en grand nombre par une des alternatives à la voiture. Soulignons que les travailleurs de la grande distribution font partie d'un secteur caractérisés par une très grande proportion de bas salaires. Une forte dépendance à la voiture du lieu de travail associé à un prix élevé de l'énergie génère pour ces travailleurs une forte réduction du pouvoir d'achats. Il est donc utile de prévenir la situation où ces travailleurs auraient à choisir entre, d'une part, rester au chômage et limiter ainsi leurs déplacements en voiture et, d'autre part, aller travailler en auto dans une grande

surface située en un lieu totalement dépendant de ce mode mais y consacrer une partie importante de leur salaire.

4.4.3 Enseignements à tirer de l'exploitation de ce critère visant à transposer le modèle de la ville des courtes distances au contexte wallon.

Cette partie mérite d'être développée si l'on espère atteindre un jour l'objectif de 36,25 % de part modale pour les alternatives à la voiture. On pourra y parler :

- de l'inscription d'objectifs volontaristes, au sein de schémas stratégiques régionaux et (inter)communaux relatifs au développement commercial et/ou territorial, quant à la proportion du parc de logements à atteindre à un certain horizon qui serait localisée à moins de 400 m d'une surface commerciale alimentaire ;
- de réaffectation des étages vides au dessus des commerces ;
- de lutte contre la rétention foncière pour les disponibilités foncières situées au bon endroit ;
- de spatialisation des aides au logement afin de concentrer les développements résidentiels au sein des noyaux d'habitat ;
- de mise en œuvre prioritaire des disponibilités foncières situées à proximité immédiate des pôles commerçants existants et des lieux susceptibles d'accueillir un petit pôle commercial de proximité car répondant au critère d'accessibilité proposé (y compris aux abords des pôles commerçants jugés périphériques à l'heure actuelle comme la plupart des pôles situés en entrée de ville et centrés sur un hypermarché) ;
- d'opérations de modifications planologiques impliquant la suppression de zones urbanisables situées à l'écart des concentrations de logements, d'une offre en transport en commun performante à l'échelle de la commune et d'une offre commerciale de base en compensation de la création de nouvelles zones urbanisables situées sur des terrains qui répondent positivement à ces conditions ;
- d'opérations de requalification de zones commerciales monofonctionnelles (entrée de ville ou zone autour d'un hypermarché) en vue d'y assurer plus de mixité fonctionnelle, plus de densité, une amélioration de la qualité paysagère et une amélioration de la performance énergétique des bâtiments...

5. TROISIÈME CRITÈRE VISANT À COMBATTRE L'URBANISATION EN RUBAN LE LONG DES ROUTES RÉGIONALES VIA UNE PROCÉDURE DE PERMISSION DE VOIRIE

Tant en Wallonie, comme le souligne le SDER, que dans de nombreux pays et régions voisins (Flandre, Pays-Bas, Luxembourg...), il est jugé important de combattre l'enrubannement de l'urbanisation le long des routes nationales. A cet égard, la politique mise en place par l'Etat luxembourgeois semble très intéressante. Il existe au Grand-Duché un réel frein au développement d'une urbanisation en ruban le long des routes de l'Etat via une loi sur les permissions de voirie. Celle-ci limite les possibilités d'implanter des commerces le long des routes nationales en leur donnant un accès direct²³. Cette réglementation qui concerne tant les lotissements résidentiels que les zones d'activités a pour but de préserver le rôle principal qu'ont à jouer ces routes nationales, à savoir le transit à moyenne/longue distance entre les principales localités. Il s'agit donc d'éviter d'ajouter à ces principaux axes de circulation un rôle de desserte locale. On sait parfaitement que le mélange de ces deux fonctions très fréquent en Belgique (Flandre et Wallonie) est source de graves problèmes d'insécurité routière et de congestion en raison de la multiplication de

²³ Voir les sites : http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/index.html et http://www.pch.public.lu/permissions/perm_min/tome_1/B_Guide_Application_zones_activites.pdf

manœuvres de tourne à gauche le long d'axes routiers au trafic très chargé. Tout en limitant la possibilité d'implanter des immeubles donnant directement accès sur les principaux axes routiers, cette réglementation vise à favoriser l'accès aux immeubles implantés à proximité de ces routes nationales via une voirie de desserte commune à plusieurs immeubles.

Le guide d'application de cette loi relative aux permissions de voirie impose l'obligation suivante : « *une bande de verdure d'une largeur minimale de 5,00 m est à intercaler entre la voirie de l'Etat et les différents lots d'aménagement de la zone d'activités* » (point B2.1 du Tome 1 du guide).

Le point B.8 du Tome 1 de ce guide prévoit toutefois l'existence d'exceptions à cette règle. « *L'acceptation d'accès individuels directs à la voirie de l'Etat pour desservir des établissements implantés dans des zones classées d'activités dans le PAG²⁴ doit rester exceptionnelle et s'applique principalement aux situations existantes, où des lacunes non occupées se trouvent entre les parcelles d'établissements en place bénéficiant déjà d'un accès individuel direct à la voirie de l'Etat* » (point B.8.2).

« *La création de nouveaux projets de ce type est toutefois envisageable dans certains cas exceptionnels précis, dans le cadre de la réalisation de nouvelles routes ou de réaménagements de routes existantes traversant des fonds classés zones d'activités aux PAG des communes concernées* » (point B.8.4). Ce type de situation autorisée est lié à des conditions topographiques particulières notamment au cas où l'exiguïté des terrains ne permet pas la réalisation d'une voie de desserte en supplément de la route de l'Etat. C'est aussi le cas lorsque « *l'intensité de la circulation sur la route de l'Etat ne justifie pas l'aménagement d'une telle voie de desserte (seulement sur les chemins repris avec une intensité de trafic inférieure à 5.000 véh./jour dans la moyenne journalière annuelle les deux sens de circulation cumulés)* » (point B.8.4.3 du Tome 1 du guide).

Cependant, « *lorsque la réalisation de telles zones avec accès individuels directs exige l'aménagement d'une voie de tourne à gauche ou d'une voie de tourne à droite sur la chaussée de la route de l'Etat, les frais en découlant sont à charge du requérant* » (point B.8.4.5 du Tome 1 du guide).

Transposer cette logique dans le droit wallon pourrait être un moyen très utile pour interdire, le long des axes routiers régionaux (sauf là où l'on se trouve en agglomération et donc avec une vitesse limitée à 50 km/h), les accès directs depuis chaque parcelle individuelle. De la sorte, il s'agit de privilégier un accès indirect à ces voiries, commun à plusieurs immeubles. Cela reviendrait à appliquer la forme de parc commercial aux implantations commerciales périphériques, c'est-à-dire, pour l'essentiel, aux commerces d'équipement de la maison et plus largement aux commerces de biens de consommation semi-courante pondéreux. A propos des exceptions à l'imposition d'un accès indirect vis-à-vis des routes régionales en cas de lacune dans un tissu bâti déjà existant, il convient sans doute de fixer une distance limite maximale entre deux parcelles déjà bâties. Au-delà d'un tel seuil, ces exceptions ne seraient plus permises. 100 m à vol d'oiseau nous paraît une distance raisonnable en deçà de laquelle il est peu justifié de descendre.

6. VALIDATION DES PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS ET DE LIGNES DE CONDUITE PAR UN PANEL D'EXPERTS

Un travail de validation des propositions d'orientations et de lignes de conduite est envisagé. Pour limiter le temps consacré à cette partie du travail et favoriser l'interactivité entre les divers intervenants, il est proposé de réunir divers experts sous forme de tables rondes. Lors de la dernière réunion du groupe de travail consacré à la présente expertise, il a été suggéré

²⁴ PAG = Plan d'aménagement général, c'est-à-dire pour le Luxembourg l'équivalent de notre plan de secteur. La principale différence est que le PAG est d'initiative communale.

de travailler en deux temps. Une première réunion devrait rassembler les experts « techniques » qui sont dans le comité socio-économique (UCM, FEDIS, CRIOC...). Dans un deuxième temps, il serait bon de rencontrer ceux qui gèrent les dossiers au niveau administratif (fonctionnaires délégués, fonctionnaires communaux, DAR et DAL).

Préalablement à ces deux tables rondes, une courte note de synthèse d'une dizaine de pages devrait être envoyée aux « experts » dont la liste est encore à préciser. Cette note s'inspirant fortement de la synthèse de nos travaux présentée dans le cadre de l'annexe 1 a pour objectif :

- de repréciser les enjeux (le type de critères que la directive services n'autorise plus, celui qu'elle permet ainsi que les orientations du SDER à ce sujet) ;
- d'exposer la philosophie des critères proposés (en s'appuyant, d'une part, sur le défi de la réduction des émissions de GES liés au transport et, d'autre part, sur base des meilleures pratiques étrangères isolées dans le cadre du benchmarking) ;
- de préciser la façon dont nous envisageons de mettre en œuvre ces critères.

Avant de réaliser ces deux tables rondes, une réflexion sur la manière de les animer doit encore être lancée.

BIBLIOGRAPHIE :

- BECKMANN K. J., 2001, *Integrierte Verkehrsentwicklungsplanung – Potenziale zur Verbesserung der Wirksamkeit verkehrsplanerischer Maßnahme*, 44 p. (disponible sur le site : www.trafficforum.ethz.ch/vwt_2001/beitraege/VWT18proceedings_pages1149-1192.pdf)
- BOEKESTEIJN A., Bervoets R. (2008) *Gemeente Maastricht – Detailhandelsnota, deel 2 : Visie - Conceptrapportage*, BRO Boxtel, 37 p. + bijlagen, (disponible à l'adresse : http://www.maastricht.nl/maastricht/servlet/nl.gx.maastricht.client.http.GetFile?id=343274&file=36-2008_bijlage_III_CONCEPT_Detailhandelsnota_deel_2_Visie.pdf)
- CALONGER J.-L., L'évolution de l'appareil commercial en Belgique, in : *Les Cahiers de l'Urbanisme*, n°70, 2008, pp. 20-25
- CORNET Y., DAXHELET D., HALLEUX J.-M., KLINKENBERG A.-C., LAMBOTTE J.-M., 2005, Cartographie de l'accessibilité par les alternatives à la voiture, in : *Les journées géographiques Belges – Mobilité, Société et Environnement en Cartes*, Société Belge d'Etudes Géographiques, Gand, pp. 355-364.
- DAXHELET D. ET LAMBOTTE J.-M., 2003, Chapitre V – Estimation des émissions de CO2 suivant des scénarios d'aménagement, in : *Rapport final de la subvention 2002-2003, Thème 2 : Contribution du développement territorial à la réduction de l'effet de serre*, CPDT, pp. 308-349
- DE KEERSMAECKER M.-L., BAILLY N., BARTHE-BATSALLE H., BELLAYACHI A., CARLIER E., NERI P., NOËL F. ET ROUSSEAU V., 2007, Economie résidentielle et compétitivité des territoires, in *Territoire(s) wallon(s)*, CPDT, Hors série, pp. 21-34 (disponible à l'adresse : [http://www.lepur.geo.ulg.ac.be/telechargement/publications/territoire\(s\)wallon\(s\)/hors-serie/4-ecoresi_article.pdf](http://www.lepur.geo.ulg.ac.be/telechargement/publications/territoire(s)wallon(s)/hors-serie/4-ecoresi_article.pdf)) .
- DENOORE M., 2004, Actualisation 2004 de l'observatoire du commerce de la Région de Bruxelles-Capitale, in : *Cahier bruxellois de l'Urbanisme*, n°7
- GOUT P., 2005a, Coordonner le développement urbain et les transports publics : exemples menés dans le Land de la Rhénanie du Nord–Westphalie, in : *Renouveler la ville, renouveler l'approche des mobilités*, CRETEIL (Centre de recherche espace, transports, environnement et institutions locales, sous la direction de J.-P. ORFEUIL), Université Paris XII, pp. 28-32.
- GOUT P., 2005b, Périphéries d'agglomération : accessibilités et formes de la ville à Munster en Allemagne, in : *Déplacements – Architectures du transport : territoires en mutation*, Editions Recherches/Iparaus (sous la direction d'A. Grillet-Aubert et S. Guth), pp. 101-105.
- HALLEUX J.-M., 2004, Le recyclage urbain en partenariat public-privé : le « gap funding » anglais et la « revitalisation urbaine » wallonne, in : *Bulletin de la Société géographique de Liège*, n°44, pp. 53-64. (disponible sur le site : www.geoeco.ulg.ac.be/societe/pdf44/05%20J.M.%20Halleux.pdf)
- HALLEUX J.-M., LAMBOTTE J.-M., 2006, Comment limiter la demande en mobilité et la dépendance automobile par l'aménagement du territoire ?, in : *Les cahiers du CEPES*, n°2006/1, pp. 23-43 (disponible sur : <http://www.lecdh.be/media/spevocreslot.pdf>)
- HUBERT J.-P. ET TOINT P., 2002, *La mobilité quotidienne des Belges*, Presses universitaires de Namur, 352 p.
- JASPARD M., DEVILLET G., LAPLANCHE F. ET MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 2008, *Vers un outil participatif d'aide à la décision en matière d'implantations commerciales*, pre-acts - 6th

annual international conference of Territorial Intelligence – caENTI, Besançon, 8 p. (disponible à l'adresse : <http://www.territorial-intelligence.eu/besancon2008/blog/wp-content/uploads/2008/10/b08-b15c-34-paper-devillet-fr.pdf>)

KLINKENBERG A.-C., 2001, Analyse des stratégies mises en place par les pouvoirs publics au Danemark, en Suisse, en Angleterre et aux Pays-Bas, in : *Rapport final de la subvention 2000-2001 – Thème 1.2 : Localisation des activités*, CPDT, Ministère de la Région wallonne, CREAT-UCL – LEPUR-ULg, 48-75 p.

MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 1995, *Cours de géographie économique : Localisation du commerce de détail*, Université de Liège, Institut de Géographie

MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 1998, L'éclatement des polarités commerciales : nouvel enjeu de l'aménagement du territoire, in : *Bulletin de la Société géographique de Liège*, n°34, pp. 57-75.

MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 2005, *Cours de géographie urbaine*, Première licence en sciences géographiques, pp. 22-23

MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 2008, *Géographie des services et des commerces*, Presses universitaires de Rennes, Collection Didact Géographie, 255 p.

TOINT P., BARETTE P. ET DESSY A., 2000, *Enquête nationale sur la mobilité des ménages (1998-1999) – Contribution de la Région wallonne à l'enquête ménages*, Rapport final, GRT – FNDP

URBAN TASK FORCE, 1999, *Towards an urban renaissance*, Final report chaired by Lord Rogers of Riverside, Department of the Environment, Transport and the Regions, London, 328 p.

VAN HECKE E., 1998, Actualisation de la hiérarchie urbaine en Belgique, in : *Extrait du Bulletin du Crédit Communal*, n°205.

VERHETSEL A., THOMAS I., VAN HECKE E. ET BEELEN M., 2006, *Pendel in België – Deel I : de woon-werkverplaatsingen*, Sociaal-economische enquête 2001 Monografieën (disponible à l'adresse : www.statbel.fgov.be/pub/d0/p009n015_nl.pdf)

WAYENS B., 2006, Structure et dynamique du commerce de détail bruxellois – Une approche sous l'angle des facteurs de localisation différentielle, Thèse de doctorat, Université Libre de Bruxelles, Laboratoire de géographie humaine, 237 p.

ANNEXES

Annexe 7.1 : Classes de densité des communes wallonnes retenues pour la fixation du seuil relatif au nombre de logements minimum dans un rayon de 400 / 700 m

Commune	Superficie (km ²)	Population au 1/1/2008	Densité au 1/1/2008 (hab./km ²)	Classe de densité
SAINTE-ODE	98,1	2.345	23,9	1 (de 20 à 35)
DAVERDISSE	56,7	1.366	24,1	1 (de 20 à 35)
LEGLISE	174,0	4.341	25,0	1 (de 20 à 35)
HERBEUMONT	58,7	1.559	26,6	1 (de 20 à 35)
MANHAY	121,2	3.229	26,6	1 (de 20 à 35)
STOUMONT	108,8	2.996	27,5	1 (de 20 à 35)
VRESSE-SUR-SEMOIS	101,2	2.801	27,7	1 (de 20 à 35)
FAUVILLERS	75,2	2.116	28,1	1 (de 20 à 35)
TENNEVILLE	91,6	2.610	28,5	1 (de 20 à 35)
HOUFFALIZE	167,3	4.819	28,8	1 (de 20 à 35)
BIEVRE	109,7	3.162	28,8	1 (de 20 à 35)
GOUVY	165,2	4.826	29,2	1 (de 20 à 35)
GEDINNE	152,0	4.458	29,3	1 (de 20 à 35)
LA ROCHE-EN-ARDENNE	146,0	4.351	29,8	1 (de 20 à 35)
RENDEUX	72,0	2.358	32,8	1 (de 20 à 35)
BERTOIGNE	91,4	3.048	33,4	1 (de 20 à 35)
LIBIN	140,6	4.707	33,5	1 (de 20 à 35)
DOISCHE	84,2	2.914	34,6	1 (de 20 à 35)
BURG-REULAND	110,3	3.948	35,8	2 (de 35 à 50)
VAUX-SUR-SURE	135,7	4.876	35,9	2 (de 35 à 50)
BULLINGEN-BULLANGE	151,1	5.471	36,2	2 (de 35 à 50)
HOUYET	123,1	4.494	36,5	2 (de 35 à 50)
BOUILLON	149,6	5.501	36,8	2 (de 35 à 50)
LIERNEUX	91,3	3.366	36,9	2 (de 35 à 50)
TROIS-PONTS	68,6	2.529	36,9	2 (de 35 à 50)
FLORENVILLE	147,7	5.446	36,9	2 (de 35 à 50)
EREZEE	78,7	2.929	37,2	2 (de 35 à 50)
FROIDCHAPELLE	86,8	3.599	41,5	2 (de 35 à 50)
TELLIN	57,0	2.399	42,1	2 (de 35 à 50)
AMEL/AMBLEVE	125,3	5.345	42,7	2 (de 35 à 50)
WELLIN	68,1	2.990	43,9	2 (de 35 à 50)
CHINY	114,0	5.122	44,9	2 (de 35 à 50)
NASSOGNE	112,9	5.093	45,1	2 (de 35 à 50)
PALISEUL	111,5	5.089	45,7	2 (de 35 à 50)
TINTIGNY	81,5	3.778	46,3	2 (de 35 à 50)
VIROINVAL	121,5	5.739	47,2	2 (de 35 à 50)
HAVELANGE	104,4	4.981	47,7	2 (de 35 à 50)
ONHAYE	65,6	3.139	47,9	2 (de 35 à 50)
BAELEN	85,7	4.156	48,5	2 (de 35 à 50)
BEAURAING	174,2	8.540	49,0	2 (de 35 à 50)
MEIX-DEVANT-VIRTON	55,5	2.724	49,1	2 (de 35 à 50)

SOMME-LEUZE	95,2	4.750	49,9	2 (de 35 à 50)
CHIMAY	198,8	9.944	50,0	3 (de 50 à 75)
SAINT-HUBERT	112,2	5.811	51,8	3 (de 50 à 75)
MARTELANGE	30,1	1.566	52,0	3 (de 50 à 75)
VIELSALM	141,0	7.405	52,5	3 (de 50 à 75)
CLAVIER	80,1	4.266	53,3	3 (de 50 à 75)
PHILIPPEVILLE	156,9	8.627	55,0	3 (de 50 à 75)
CERFONTAINE	83,4	4.624	55,4	3 (de 50 à 75)
LIBRAMONT-CHEVIGNY	179,1	10.052	56,1	3 (de 50 à 75)
BUTGENBACH	97,3	5.610	57,6	3 (de 50 à 75)
NEUFCHATEAU	114,6	6.700	58,5	3 (de 50 à 75)
BERTRIX	138,0	8.211	59,5	3 (de 50 à 75)
MOMIGNIES	86,1	5.156	59,9	3 (de 50 à 75)
SAINT-VITH	147,2	9.242	62,8	3 (de 50 à 75)
SIVRY-RANCE	73,5	4.703	64,0	3 (de 50 à 75)
OUFFET	40,2	2.613	65,1	3 (de 50 à 75)
TINLOT	37,2	2.436	65,6	3 (de 50 à 75)
COUVIN	206,9	13.576	65,6	3 (de 50 à 75)
DURBUY	157,0	10.780	68,6	3 (de 50 à 75)
ETALLE	79,1	5.469	69,2	3 (de 50 à 75)
ATTERT	71,1	4.944	69,5	3 (de 50 à 75)
WAIMES	97,2	6.816	70,1	3 (de 50 à 75)
BEAUMONT	93,8	6.815	72,6	3 (de 50 à 75)
ROCHFORT	166,2	12.097	72,8	3 (de 50 à 75)
ROUVROY	28,1	2.067	73,5	3 (de 50 à 75)
JALHAY	106,9	8.040	75,2	4 (de 75 à 100)
HABAY	103,3	8.026	77,7	4 (de 75 à 100)
OHEY	56,9	4.457	78,3	4 (de 75 à 100)
STAVELOT	85,0	6.705	78,9	4 (de 75 à 100)
FERRIERES	57,2	4.533	79,3	4 (de 75 à 100)
ASSESE	78,6	6.299	80,1	4 (de 75 à 100)
FLORENNES	134,8	10.882	80,7	4 (de 75 à 100)
CELLES	67,2	5.452	81,1	4 (de 75 à 100)
LENS	49,8	4.119	82,7	4 (de 75 à 100)
BASTOGNE	173,7	14.577	83,9	4 (de 75 à 100)
SAINT-LEGER	36,4	3.200	87,8	4 (de 75 à 100)
HAMOIS	76,6	6.752	88,1	4 (de 75 à 100)
BURDINNE	32,8	2.895	88,2	4 (de 75 à 100)
MODAVE	41,7	3.753	89,9	4 (de 75 à 100)
HOTTON	56,7	5.109	90,0	4 (de 75 à 100)
HASTIERE	56,7	5.418	95,5	4 (de 75 à 100)
FRASNES-LEZ-ANVAING	112,9	11.064	98,0	4 (de 75 à 100)
GESVES	65,2	6.565	100,6	5 (de 100 à 150)
ESTINNES	73,1	7.502	102,7	5 (de 100 à 150)
CINEY	147,8	15.317	103,6	5 (de 100 à 150)
FERNELMONT	65,7	6.860	104,3	5 (de 100 à 150)
METTET	116,7	12.233	104,9	5 (de 100 à 150)

WASSEIGES	24,5	2.582	105,6	5 (de 100 à 150)
ANHEE	66,2	7.014	106,0	5 (de 100 à 150)
ANTHISNES	37,4	4.003	106,9	5 (de 100 à 150)
HONNELLES	44,9	5.026	111,9	5 (de 100 à 150)
SILLY	68,9	8.013	116,4	5 (de 100 à 150)
VIRTON	95,9	11.233	117,2	5 (de 100 à 150)
QUEVY	65,3	7.734	118,5	5 (de 100 à 150)
MALMEDY	100,6	11.943	118,7	5 (de 100 à 150)
BRUGELETTE	28,8	3.446	119,5	5 (de 100 à 150)
RAMILLIES	48,9	5.945	121,5	5 (de 100 à 150)
MUSSON	35,3	4.296	121,7	5 (de 100 à 150)
HERON	38,2	4.656	122,0	5 (de 100 à 150)
DONCEEL	23,2	2.883	124,3	5 (de 100 à 150)
GEER	23,7	2.979	125,9	5 (de 100 à 150)
MONT-DE-L'ENCLUS	27,1	3.429	126,7	5 (de 100 à 150)
FAIMES	28,3	3.614	127,8	5 (de 100 à 150)
ELLEZELLES	45,0	5.784	128,4	5 (de 100 à 150)
BRAIVES	44,0	5.660	128,8	5 (de 100 à 150)
HAMOIR	27,4	3.620	132,3	5 (de 100 à 150)
INCOURT	35,8	4.739	132,4	5 (de 100 à 150)
DINANT	99,4	13.186	132,7	5 (de 100 à 150)
MERBES-LE-CHATEAU	30,7	4.119	134,3	5 (de 100 à 150)
CHIEVRES	47,3	6.408	135,4	5 (de 100 à 150)
MARCHE-EN-FAMENNE	122,5	17.134	139,9	5 (de 100 à 150)
AYWAILLE	79,7	11.227	140,9	5 (de 100 à 150)
THEUX	83,3	11.763	141,1	5 (de 100 à 150)
EGHEZEE	103,5	14.742	142,4	5 (de 100 à 150)
RAEREN	72,3	10.312	142,6	5 (de 100 à 150)
FLOBECQ	23,0	3.287	143,0	5 (de 100 à 150)
WALCOURT	123,7	17.805	143,9	5 (de 100 à 150)
MESSANCY	52,8	7.620	144,3	5 (de 100 à 150)
YVOIR	57,5	8.610	149,8	5 (de 100 à 150)
FEXHE-LE-HAUT-CLOCHER	20,2	3.046	150,6	6 (de 150 à 200)
VERLAINE	24,5	3.690	150,6	6 (de 150 à 200)
FOSSES-LA-VILLE	62,9	9.476	150,7	6 (de 150 à 200)
PERWEZ	51,1	7.773	152,2	6 (de 150 à 200)
NANDRIN	35,9	5.688	158,2	6 (de 150 à 200)
ORP-JAUCHE	50,8	8.054	158,5	6 (de 150 à 200)
LA BRUYERE	53,3	8.477	159,0	6 (de 150 à 200)
GENAPPE	90,1	14.405	159,9	6 (de 150 à 200)
PECQ	33,2	5.340	160,9	6 (de 150 à 200)
WALHAIN	38,2	6.160	161,1	6 (de 150 à 200)
BRUNEHAUT	46,8	7.740	165,4	6 (de 150 à 200)
JODOIGNE	76,4	12.763	167,1	6 (de 150 à 200)
JURBISE	58,3	9.746	167,3	6 (de 150 à 200)
SENEFFE	63,8	10.729	168,3	6 (de 150 à 200)
HANNUT	86,6	14.724	169,9	6 (de 150 à 200)
BEAUVECHAIN	38,7	6.621	170,9	6 (de 150 à 200)
CRISNEE	16,9	2.906	171,6	6 (de 150 à 200)

LOBBES	32,0	5.585	174,7	6 (de 150 à 200)
ITTRE	35,0	6.137	175,2	6 (de 150 à 200)
SPRIMONT	74,7	13.211	176,8	6 (de 150 à 200)
LEUZE-EN-HAINAUT	74,7	13.331	178,4	6 (de 150 à 200)
MARCHIN	28,5	5.160	180,9	6 (de 150 à 200)
LONTZEN	29,0	5.267	181,3	6 (de 150 à 200)
OREYE	19,5	3.549	182,0	6 (de 150 à 200)
PLOMBIERES	53,4	9.781	183,0	6 (de 150 à 200)
DALHEM	36,2	6.647	183,8	6 (de 150 à 200)
HELECINE	16,9	3.147	186,0	6 (de 150 à 200)
VILLERS-LE-BOUILLET	33,0	6.175	186,9	6 (de 150 à 200)
LE ROEULX	42,9	8.019	187,1	6 (de 150 à 200)
THIMISTER-CLERMONT	28,7	5.430	189,3	6 (de 150 à 200)
THUIN	77,1	14.675	190,4	6 (de 150 à 200)
EUPEN	96,2	18.408	191,4	6 (de 150 à 200)
FLOREFFE	39,0	7.567	193,8	6 (de 150 à 200)
BERLOZ	14,5	2.854	196,4	6 (de 150 à 200)
VILLERS-LA-VILLE	48,0	9.853	205,4	7 (de 200 à 300)
LINCENT	14,8	3.040	205,9	7 (de 200 à 300)
LES BONS VILLERS	43,3	8.994	207,8	7 (de 200 à 300)
ENGIS	27,7	5.769	208,6	7 (de 200 à 300)
RUMES	24,1	5.066	210,2	7 (de 200 à 300)
ERQUELINNES	44,8	9.607	214,3	7 (de 200 à 300)
SOMBREFFE	36,3	7.801	214,8	7 (de 200 à 300)
ATH	127,7	27.586	216,1	7 (de 200 à 300)
BELOEIL	62,2	13.538	217,5	7 (de 200 à 300)
AUBEL	19,0	4.146	218,0	7 (de 200 à 300)
CHASTRE	31,5	6.891	218,8	7 (de 200 à 300)
BASSENGE	38,2	8.483	221,8	7 (de 200 à 300)
ARLON	119,1	26.929	226,0	7 (de 200 à 300)
PROFONDEVILLE	50,3	11.501	228,6	7 (de 200 à 300)
GREZ-DOICEAU	55,1	12.607	228,9	7 (de 200 à 300)
CHAUMONT-GISTOUX	48,6	11.155	229,4	7 (de 200 à 300)
LIMBOURG	24,6	5.680	230,5	7 (de 200 à 300)
GEMBLOUX	96,7	22.430	232,0	7 (de 200 à 300)
REMICOURT	22,4	5.191	232,1	7 (de 200 à 300)
SOIGNIES	111,1	25.871	232,9	7 (de 200 à 300)
OLNE	16,0	3.782	237,0	7 (de 200 à 300)
COMBLAIN-AU-PONT	22,7	5.401	237,8	7 (de 200 à 300)
ANTOING	31,3	7.567	241,9	7 (de 200 à 300)
BRAINE-LE-COMTE	84,9	20.698	243,7	7 (de 200 à 300)
JUPRELLE	35,0	8.619	246,1	7 (de 200 à 300)
GERPINNES	47,9	12.033	251,0	7 (de 200 à 300)
LESSINES	72,2	18.146	251,2	7 (de 200 à 300)
HENSIES	26,6	6.726	252,7	7 (de 200 à 300)
REBECQ	39,4	10.237	260,1	7 (de 200 à 300)
SPA	39,7	10.549	265,6	7 (de 200 à 300)
BERNISSART	43,6	11.612	266,2	7 (de 200 à 300)
PERUWELZ	61,3	16.941	276,4	7 (de 200 à 300)

WANZE	45,9	12.938	282,1	7 (de 200 à 300)
COMINES-WARNETON	61,8	17.651	285,8	7 (de 200 à 300)
ANDENNE	85,9	24.815	289,0	7 (de 200 à 300)
HAM-SUR-HEURE-NALINNES	45,8	13.372	292,2	7 (de 200 à 300)
PONT-A-CELLES	56,0	16.467	293,9	7 (de 200 à 300)
LASNE	47,6	14.043	294,7	7 (de 200 à 300)
HERVE	56,7	16.755	295,4	7 (de 200 à 300)
ECAUSSINES	34,9	10.373	297,3	7 (de 200 à 300)
QUIEVRAIN	21,6	6.569	303,8	8 (de 300 à 500)
NEUPRE	31,7	9.685	305,6	8 (de 300 à 500)
ESTAIMPUIS	32,2	9.872	306,2	8 (de 300 à 500)
SAINT-GEORGES-SUR-MEUSE	21,1	6.571	311,0	8 (de 300 à 500)
TROOZ	24,4	7.731	316,4	8 (de 300 à 500)
TOURNAI	215,3	68.193	316,7	8 (de 300 à 500)
ENGHIEN	39,0	12.481	319,8	8 (de 300 à 500)
AWANS	27,1	8.758	322,8	8 (de 300 à 500)
SAINT-GHISLAIN	70,1	22.708	323,7	8 (de 300 à 500)
AUBANGE	46,0	15.333	333,4	8 (de 300 à 500)
MONT-SAINT-GUIBERT	18,8	6.637	352,7	8 (de 300 à 500)
COURT-SAINT-ETIENNE	26,8	9.607	358,5	8 (de 300 à 500)
FLEURUS	59,1	22.267	376,9	8 (de 300 à 500)
WELKENRAEDT	24,5	9.343	380,6	8 (de 300 à 500)
PEPINSTER	25,0	9.574	383,4	8 (de 300 à 500)
ESNEUX	34,0	13.065	384,6	8 (de 300 à 500)
JEMEPPE-SUR-SAMBRE	46,9	18.162	387,5	8 (de 300 à 500)
NIVELLES	61,0	25.035	410,4	8 (de 300 à 500)
BRAINE-LE-CHATEAU	22,9	9.580	418,6	8 (de 300 à 500)
HUY	47,8	20.295	424,4	8 (de 300 à 500)
WAREMME	31,1	14.306	460,7	8 (de 300 à 500)
AISEAU-PRESLES	22,4	10.744	479,2	8 (de 300 à 500)
LA HULPE	15,3	7.344	481,4	8 (de 300 à 500)
DOUR	33,8	16.899	499,2	8 (de 300 à 500)
BLEGNY	26,0	13.004	500,5	9 (plus de 500)
AMAY	25,7	13.280	517,1	9 (plus de 500)
BINCHE	61,5	32.675	531,4	9 (plus de 500)
SOUMAGNE	27,2	15.747	578,4	9 (plus de 500)
KELMIS/LA CALAMINE	18,0	10.566	586,4	9 (plus de 500)
FONTAINE-L'EVEQUE	28,5	16.797	588,6	9 (plus de 500)
WISE	28,0	16.903	603,0	9 (plus de 500)
NAMUR	176,1	107.939	613,0	9 (plus de 500)
MONS	148,2	91.152	615,0	9 (plus de 500)
GRACE-HOLLOGNE	33,8	21.813	644,7	9 (plus de 500)
OUPEYE	36,0	23.669	657,2	9 (plus de 500)
ANDERLUES	17,4	11.613	668,3	9 (plus de 500)
MONTIGNY-LE-TILLEUL	15,2	10.169	669,0	9 (plus de 500)
COURCELLES	44,6	30.034	674,1	9 (plus de 500)
FLEMALLE	36,6	24.963	682,4	9 (plus de 500)
TUBIZE	33,0	22.945	696,0	9 (plus de 500)

BRAINE-L'ALLEUD	52,3	37.728	721,5	9 (plus de 500)
WAVRE	42,1	32.784	779,5	9 (plus de 500)
CHAPELLE-LEZ-HERLAIMONT	18,1	14.164	782,2	9 (plus de 500)
SAMBREVILLE	34,4	27.170	789,0	9 (plus de 500)
FRAMERIES	26,0	20.727	797,8	9 (plus de 500)
CHAUDFONTAINE	25,7	20.940	813,3	9 (plus de 500)
OTTIGNIES-LOUVAIN-LA-NEUVE	33,5	30.283	902,8	9 (plus de 500)
MORLANWELZ	20,3	18.813	927,6	9 (plus de 500)
BOUSSU	20,4	20.192	990,4	9 (plus de 500)
DISON	14,1	14.527	1030,5	9 (plus de 500)
FARCIENNES	10,4	10.998	1056,9	9 (plus de 500)
MANAGE	19,9	22.460	1126,2	9 (plus de 500)
ANS	23,5	27.550	1172,0	9 (plus de 500)
FLERON	13,7	16.161	1181,4	9 (plus de 500)
LA LOUVIERE	64,2	77.616	1208,9	9 (plus de 500)
RIXENSART	17,3	21.571	1246,6	9 (plus de 500)
CHATELET	27,2	35.755	1314,2	9 (plus de 500)
MOUSCRON	40,5	53.760	1328,9	9 (plus de 500)
WATERLOO	21,3	29.448	1384,9	9 (plus de 500)
COLFONTAINE	13,9	20.044	1440,3	9 (plus de 500)
HERSTAL	23,8	37.685	1585,8	9 (plus de 500)
BEYNE-HEUSAY	7,2	11.857	1638,9	9 (plus de 500)
VERVIERS	32,8	54.519	1662,0	9 (plus de 500)
QUAREGNON	11,1	18.789	1691,3	9 (plus de 500)
SERAING	35,4	61.657	1743,2	9 (plus de 500)
CHARLEROI	103,0	201.593	1956,4	9 (plus de 500)
LIEGE	68,7	190.102	2768,0	9 (plus de 500)
SAINT-NICOLAS	7,0	22.600	3237,6	9 (plus de 500)

Source : INS, 2008