

Près d'un local commercial sur dix est vide en Belgique

L'Echo 10/03/15

Selon une étude du bureau spécialisé en informations commerciales Locatus, le nombre de points de vente et de mètres carrés inoccupés ne cesse de croître.

La vacuité des immeubles commerciaux va croissant en Belgique. C'est ce qui ressort d'une étude de Locatus, société spécialisée dans les informations commerciales dans le secteur de la distribution, et dont "L'Echo" a pu prendre connaissance.

Réalisée sur le terrain par une équipe d'enquêteurs qui enregistre jour après jour les changements dans les zones commerciales, l'étude révèle que sur les plus de 20,8 millions de mètres carrés de surfaces commerciales que compte la Belgique, 7,6% n'étaient pas occupés à la fin janvier dernier. Le chiffre passe à 9% si l'on compte le nombre de points de vente. Près de 19.000 sont vides sur un total de plus de 211.000.

Attention, toutefois: les deux données ne couvrent pas la même réalité. Le nombre de points de vente comprend non seulement les magasins alimentaires et non alimentaires, mais aussi les agences bancaires, les dealers automobiles, l'horeca et d'autres services. Par contre, pour les pourcentages de surface commerciale, les services (horeca, garages, banques, etc..) ne sont pas compris.

La crise est la principale explication mise en avant par Locatus pour expliquer la croissance de la vacuité. Les cartes publiées ci-dessous se passent en effet de commentaire. Le nombre de points de vente qui ont fermé est passé de 11.453 en 2009 à 18.977 en 2015, soit un bond de 66%! En nombre de mètres carrés inoccupés, on est passé en six ans de 4,8% à 7,6% de la surface totale.

Il semble que ce que l'on appelle "le petit commerce" a de plus en plus de peine à subsister. Les grandes chaînes, de textile notamment, essaient un peu partout et les enseignes de grande distribution ont ouvert de nombreux magasins de proximité franchisés, signant l'arrêt de mort de bon nombre de commerçants indépendants. Certains secteurs souffrent particulièrement, comme les libraires: près d'un millier ont fermé ces dix dernières années. À cela s'ajoute la croissance de l'e-commerce.

Tous les points de vente ne sont pas logés à la même enseigne. L'étude distingue en effet cinq segments en fonction de leur localisation (centres commerciaux, galeries commerçantes, rues commerçantes secondaires, etc.). Si tous voient le nombre de magasins vides augmenter (à l'exception des rues commerçantes secondaires, qui sont stables), le segment le moins touché est logiquement celui concentré dans de grosses zones commerçantes, là où l'on trouve, entre autres, le plus d'enseignes internationales (Rue Neuve, Shopping de Woluwe, Meir...).. Le taux de vacuité est inférieur à 5%. Mais il frôle les 20% dans les zones reculées.

Allongement

Ceci démontre un certain exode urbain et le renforcement des principaux pôles d'attractivité commerciale. Et explique, par exemple, le recul sensible de la province de Luxembourg qui affiche 10% de locaux commerciaux vides et 8% de mètres carrés inoccupés (voir carte). Recul marqué aussi pour le Limbourg, qui affiche 12% de locaux commerciaux vides et 10%

de mètres carrés inoccupés (voir carte). La fermeture de l'usine de Ford Genk n'y est peut-être pas étrangère.

En matière de nombre de magasins vides, les meilleurs élèves sont par contre les deux Flandres, avec 7,2 à et 7,3%, alors qu'en matière de nombre de mètres carrés inoccupés, ce sont les deux Brabant qui performant le mieux.

Enfin, la vacuité a aussi tendance à s'allonger. Sur les près de 19.000 surfaces commerciales actuellement inoccupées, près de 40% ont un taux d'inoccupation long (entre un et trois ans). Un chiffre qui a grimpé de 40% en un an. Un mauvais signe...