

Commerces à louer et pop-up: la rue Neuve semble avoir perdu le nord

BRUZZ - KRIS HENDRICKX – 24/05/22

Extraits. Traduction DeepL.com. Article complet en néerlandais ici

<https://www.bruzz.be/economie/leegstand-en-outlet-de-nieuwstraat-lijkt-het-noorden-kwijt-2022-05-24>

La rue commerçante la plus célèbre du pays fait aujourd'hui piètre figure.

Espaces commerciaux vides, magasins d'usine temporaires et panneaux "à louer" : la rue commerçante la plus connue du pays fait aujourd'hui piètre figure, avec des loyers sous pression et peut-être bientôt une nouvelle offre. "Il y a plus que de la corona ici."

"La Nieuwstraat" ? C'était le cœur battant de la ville. Une rue commerçante avec des grands magasins de luxe, mais aussi une partie du quartier de divertissement qui s'étendait jusqu'à la Rogierplein et la Lakensestraat, où j'ai grandi." Roel Jacobs n'est pas seulement un historien et un expert de Bruxelles, il se souvient aussi de l'histoire de la rue Neuve en tant qu'habitant du quartier qui a vu la lumière du jour en 1943.

La rue Neuve était jusqu'en 1980 l'adresse du Métropole, le plus grand cinéma de Bruxelles, à l'endroit où se trouve aujourd'hui Zara. C'est dans la rue Neuve que le futur maire Michel Demaret était videur, dans le dancing La Frégate sous le même cinéma. Juste pour dire : la rue était vivante jour et nuit. "Dans les années 1970 et 1980, les magasins étaient très différents de ce qu'ils sont aujourd'hui", explique Gino Van Ossel, professeur de commerce de détail à la Vlerick Business School. De Lakenaar, de Wemmel, garde également des souvenirs d'enfance de l'axe commercial le plus célèbre du pays. "J'y allais au cinéma, et il y avait encore un disquaire et une librairie dans la rue."

Gino Van Ossel, professeur de marketing de la vente au détail et du commerce à la Vlerick Business School ; il est considéré comme l'un des meilleurs experts européens de la gestion de la vente au détail et du comportement d'achat.

Passons à 2022. Lorsque nous traversons la rue nouvellement reconstruite par un mercredi ensoleillé, elle ne donne pas immédiatement une impression de vivacité. Il n'y a pas de vie nocturne ici depuis longtemps, mais les espaces commerciaux existants ne semblent pas être très populaires non plus. Sur les 92 boutiques de la rue, quinze sont vides, proposées à la location ou ont des locataires temporaires, souvent des magasins d'usine ou des boutiques pop-up. Cinq autres locaux sont en cours de construction. Cela représente plus de 20 % de l'espace commercial sans locataire traditionnel. Un tour dans la ville 2 montre que presque rien n'est vacant.

Une partie de la rue n'est pas l'autre. Surtout dans la partie entre Inno et Rogier, il y a beaucoup de panneaux "à louer". Le meilleur magasin de chaussures Salamander ? C'est parti. La marque de jeans la plus chère, Diesel ? C'est parti. C'est également dans cette partie de la rue que les fast-foods sont en plein essor. Quick, McDonald's, Five Guys et récemment Pret à Manger sont tous présents, avec un autre grand KFC au coin de la rue. Autre observation : les magasins de chaussures de sport se multiplient, notamment une succursale beaucoup plus grande de Foot Locker à l'angle de la rue Fossé aux Loups

Discussions amères sur les loyers

"Les travaux ne sont pas forcément un mauvais signe, ils arrivent souvent parce qu'il y a un nouveau locataire", explique Benjamin Wayens (ULB), qui étudie notamment le commerce bruxellois. "Mais même si l'on ne compte pas ces propriétés, le taux d'inoccupation dans la rue elle-même est encore beaucoup plus élevé que ce qui est sain."

Surtout entre Inno et Rogier, de nombreux panneaux "à louer" apparaissent. Ici aussi, les fast-foods ont le vent en poupe.

Que se passe-t-il donc dans la rue où les loyers sont traditionnellement les plus chers du pays ? Quentin Huet, le porte-parole de Shopera, qui regroupe principalement les grands magasins du centre-ville, pointe principalement du doigt la crise des covidés. "Cela a provoqué un véritable choc. Normalement, un loyer reflète également le chiffre d'affaires que vous pouvez réaliser dans un certain endroit. Comme il y avait beaucoup moins de clients, ce n'était soudainement plus le cas, ce qui a entraîné une période de tension entre les locataires et les propriétaires de la rue. Certains sont parvenus à un accord, d'autres sont partis. Mais cette période est désormais derrière nous. D'ailleurs, les clients reviennent."

M. Huet fait référence aux récents chiffres de Hub.brussels, qui montrent que presque autant de personnes marchent dans les rues qu'avant la crise des covidés. "Que les marcheurs ne sont pas nécessairement des clients ? C'est vrai. En raison de la crise énergétique, les gens achètent moins de produits non essentiels. Notre baromètre indique actuellement environ dix pour cent de ventes en moins qu'avant Covid. Ce n'est pas un scénario de rêve, mais ce n'est pas non plus une catastrophe. Surtout quand on sait que les touristes et de nombreux navetteurs ne sont pas encore vraiment de retour."

Le directeur de Shopera semble optimiste, mais c'est son travail. Les experts commerciaux que nous contactons sont plus prudents. "Il y a plus que la corona ici", juge Benjamin Wayens. "Le secteur le plus important dans une telle rue commerçante est l'habillement, mais il est en crise depuis un certain temps. Il y a la pression de la fast-fashion bon marché, les vêtements de type Primark et le marché en ligne, qui ne cesse de prendre de l'importance. En outre, de nombreux magasins de vêtements ont découvert qu'il était possible de vendre dans des endroits moins chers qui ne se trouvent pas au centre-ville. Il est donc logique qu'une entreprise comme H&M, qui avait jusqu'à trois magasins dans la rue, va désherber le nombre de magasins à un même endroit."

Wayens et Van Ossel ont également remarqué comment le développement de la Monnaie et de la zone piétonne de l'Anspachlaan a entraîné un déplacement de l'offre commerciale

dans cette direction. Hema a littéralement déménagé de la Nieuwstraat, d'autres entreprises qui avaient l'habitude de s'installer dans la Nieuwstraat choisissent maintenant la Monnaie. "On ne peut pas étendre indéfiniment une zone commerciale", note M. Wayens. "En même temps, il a toujours été vrai que la zone en direction de Rogier a connu des difficultés. La ville 2 y fait office de vide client. Et le côté de City 2 et Inno ressemble un peu à une façade aveugle. Les loyers étaient donc toujours un peu plus bas dans cette partie, si bien qu'on y voit parfois un autre type de commerce que le magasin de vêtements ou de chaussures typique."

Acheter du temps

Tout comme Huet, le professeur de l'ULB constate que beaucoup de choses tournent autour des loyers. "Le rendement par mètre carré est en baisse, les loyers devront donc baisser à un moment ou à un autre. Ce serait une bonne chose, car cela permettrait de créer une offre plus diversifiée. Cependant, un certain nombre de propriétaires s'en tiennent catégoriquement à leurs prix, espérant que tout sera comme il y a quelques années. Plusieurs éléments entrent en jeu ici. N'oubliez pas que la valeur d'un bâtiment est également définie par le montant du loyer que vous pouvez demander."

Gino Van Ossel est sur la même longueur d'onde. "Pas mal de propriétaires ne veulent pas faire de compromis, d'où les nombreux points de vente et pop-ups, qui sont une façon de gagner du temps. Mais je vois les loyers baisser dans les années à venir. Ne serait-ce que parce que le télétravail est là pour rester et que les navetteurs absents dépensent souvent plus que les habitants. Et aussi à cause de la concurrence dans d'autres endroits, même à Bruxelles. Regardez Elsensesteenweg, qui a des loyers plus bas, mais qui a même dépassé Nieuwstraat en termes de visiteurs pendant la corona. Ou les Docks, qui pour beaucoup de Flamands sont plus accessibles que le centre ville." Les chiffres de Cushman & Wakefield montrent que les loyers ont déjà fortement baissé ces dernières années. Si un mètre carré coûtait 1 850 euros en 2019, il n'en coûte plus que 1 550 aujourd'hui. Les prix dans l'Elsensesteenweg sont restés stables autour de 1 050 euros par mètre carré pendant la même période.

C'est également dans cette partie de la rue que les fast-foods sont en plein essor. Dans cette partie de la rue aussi, les fast-foods ont le vent en poupe.

Le fait que le profil des clients change n'est pas seulement dû à la crise des covidés, entendons-nous à plusieurs reprises. "Cela fait quarante ans que je travaille dans la rue", raconte Marie (*), qui tient une boutique de sacs. "Les entreprises familiales qui avaient pignon sur rue ont fait place aux chaînes et les clients extérieurs à Bruxelles sont de moins en moins nombreux." Et ce sont précisément les clients des environs qui dépensent plus que les Bruxellois. À l'inverse, les boutiques de formateurs, en plein essor, montrent comment l'offre de commerces répond aussi à une clientèle changeante. "Les baskets sont un produit par excellence pour les clients bruxellois, qui sont plus jeunes que la moyenne", explique Benjamin Wayens.

Un peu plus loin, sur la Maxlaan, le majestueux boulevard parallèle à la Nieuwstraat, Frédéric Chladiuk constate lui aussi que ses clients éloignés s'éloignent. M. Chladiuk dirige le

magasin Western, un exemple typique de magasin de niche, qui compte sur des clients de tout le pays. "Bruxelles est morte", dit Chladiuk. "Les gens de l'extérieur ne viennent plus ici, je ne cesse de l'entendre. Ils ne peuvent plus s'y rendre en voiture. Et bientôt, les parkings dans la rue ici vont aussi monter."

Une ville instagramable

La rue Neuve n'est plus accessible depuis l'extérieur de Bruxelles ; nous entendons cette critique encore et encore, sous différentes variantes. Huet comprend l'affirmation, mais n'est pas d'accord avec elle. "La politique tente depuis des années de décourager les déplacements en voiture vers le centre-ville, et cela a un effet, oui. Mais vous y arrivez très vite. Via la gare centrale, la gare du Nord, en métro ou, si nécessaire, dans l'un des nombreux parkings le long du Petit Ring ou dans le centre-ville.

Ce qui pose problème à Huet, c'est la communication. "Je ne mets pas en cause moi-même la politique de mobilité, on ne peut pas non plus se rendre sur la 5e avenue à Manhattan en voiture. Mais nous devrions lentement expliquer aux Belges comment ils peuvent retourner à Bruxelles. Cela peut se faire par une communication claire et à grande échelle, par des accords avec les opérateurs de parking...". En outre, Shopera espère davantage d'événements qui attirent les non-Bruxellois. "Les plaisirs de l'hiver, le tapis de fleurs ou le dimanche sans voiture sont de bons exemples. Nous avons besoin d'une ville plus instagramable."

(...)