



Belgeo

Revue belge de géographie

1 | 2017

Miscellaneous

Jean-Pierre Grimmeau et Benjamin Wayens, « Les causes de la disparition des petits commerces (1945-2015) »

Christian Vanderमotten



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/19736>

DOI : 10.4000/belgeo.19736

ISSN : 2294-9135

Éditeur :

National Committee of Geography of Belgium, Société Royale Belge de Géographie

Référence électronique

Christian Vanderमotten, « Jean-Pierre Grimmeau et Benjamin Wayens, « Les causes de la disparition des petits commerces (1945-2015) » », *Belgeo* [En ligne], 1 | 2017, mis en ligne le 17 août 2016, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/19736> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belgeo.19736>

Ce document a été généré automatiquement le 24 septembre 2020.



Belgeo est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

Jean-Pierre Grimmeau et Benjamin Wayens, « Les causes de la disparition des petits commerces (1945-2015) »

Christian Vandermotten

RÉFÉRENCE

Courrier hebdomadaire du CRISP 2301-2302 (2016), ISBN 978-2-87075-140-4

- 1 Depuis les travaux fondateurs de José Sporck il y a plus de soixante ans, les études de géographie commerciale analysent le plus souvent la localisation des commerces, leur nature, leur standing, soit à l'échelle micro-géographique des implantations locales, soit à celle des localités et des noyaux commerciaux considérés globalement dans leur hiérarchie. La présente étude offre à ces travaux le cadrage qui leur manquait, à savoir une analyse de l'évolution globale de la place du commerce dans l'économie du pays depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, avec un accent particulier mis sur la disparition des petits commerces et évidemment, en miroir, les formes prises par la concentration de cette activité.
- 2 Réaliser ce cadrage n'était pas une tâche aisée : les statistiques en la matière sont moins abondantes et plus hétérogènes que pour d'autres secteurs de l'activité économique, comme l'industrie, et bien des données relèvent d'enquêtes de terrain menées par des firmes privées, des *town center managers* ou des chercheurs. Les définitions du commerce de détail sont aussi à géométrie variable dans le temps et dans leur champ de couverture : faut-il considérer le commerce au sens strict ou y inclure l'horeca, en tout ou en partie, les stations d'essence et les garages, les services, le secteur financier – et comment y distinguer l'activité des sièges et celle des agences –, etc. La part des activités commerciales au sens strict tend à diminuer fortement avec le temps dans

l'ensemble de l'activité commerciale, de 73 % des établissements en 1947 à 48 % en 2015. Le petit commerce n'est pas non plus aisé à séparer du grand, puisque des magasins du petit commerce peuvent relever soit de franchises du commerce intégré, soit sont des succursales des grandes enseignes, que la taille des petits commerces indépendants augmente, qu'ils engagent de plus en plus du personnel, voire qu'ils s'organisent en petits réseaux.

- 3 Le nombre de commerces a fortement chuté depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale jusque vers 1960, la décroissance se poursuivant ensuite à un rythme plus lent, moindre en tout cas que dans l'agriculture. Les évolutions du commerce au sens strict doivent être replacées dans un contexte d'évolution des structures de consommation et du budget des ménages, bien décrites dans l'ouvrage. Le chiffre d'affaires ne croît plus que faiblement depuis le début des années 1980, après plus qu'un doublement durant les deux décennies précédentes, et stagne depuis le début des années 2000. Cette stagnation s'installe dès le début des années 1980 pour le petit commerce. L'emploi brut dans le commerce de détail étant resté stable depuis les années 1980, cela traduit une faible croissance de la productivité du secteur, sinon par un recours de plus en plus fréquent au temps partiel (et au travail étudiant), qui entraîne une baisse tendancielle du nombre d'heures prestées (... et une augmentation de la précarité, encore que l'on peut aussi s'interroger sur la qualité de vie et les revenus réels des petits commerçants indépendants des années cinquante).
- 4 Parallèlement à l'augmentation de la concentration commerciale, dont les auteurs retracent l'évolution depuis les premiers grands magasins (1860) jusqu'aux outlet villages (2002), et à celle de la taille des surfaces des établissements, la part des salariés dans le commerce augmente sensiblement (y compris dans le commerce indépendant), surtout depuis le milieu des années 1990, et, en miroir, le nombre et le pourcentage d'indépendants diminuent. Cela s'accompagne non pas d'une diminution de la surface commerciale mais d'une baisse du nombre de commerces, en particulier des commerces isolés dans le tissu urbain et de ceux situés sur les marges des principaux noyaux commerciaux. Couplée avec une attitude laxiste envers la construction de centres commerciaux périphériques, cette multiplication des cellules vacantes (toutefois moindre que la disparition de commerces, du fait de réaffectations de cellules à d'autres usages) conduit à des problèmes sociaux et urbanistiques auxquels les autorités politiques locales se disent sensibles, sans pour autant avoir des attitudes restrictives par rapport aux implantations périphériques. Il ne faut pas oublier non plus le développement de l'e-commerce, apparu en 1995. Au total, le commerce apparaît bien en crise, de différents points de vue, ce qui, avec la taille croissante des implantations, se traduit aussi par une diminution tendancielle du chiffre d'affaires par m². Il y a saturation. C'est le petit commerce qui est le plus touché, sauf quand il parvient à se positionner dans la grande qualité, les concepts novateurs, ou des niches, comme dans certains noyaux dynamiques de commerce ethnique.
- 5 L'ouvrage fournit aussi de nombreuses informations sur les plus grands centres commerciaux belges, la structure des plus grands noyaux commerciaux.
- 6 Il se termine par l'examen des politiques des pouvoirs publics et de la législation, leurs plans stratégiques et l'action des *town center managers*, l'attitude des banques, etc., et des pistes pour quelques actions possibles pour contrer la crise du commerce de détail.
- 7 Au total, un ouvrage de cadrage important pour éviter que les études de géographie commerciale ne dépassent pas le stade de la monographie. Les informations statistiques

fournies sont nombreuses et variées, relevant souvent d'une élaboration originale. La seule critique, bien mineure, est que le texte glisse parfois de manière peu explicite de la Belgique au cas bruxellois.