COMMISSION COMMERCE DU COMITE NATIONAL FRANÇAIS DE GÉOGRAPHIE

COLLOQUE INTERNATIONAL

COMMERCE DU FUTUR, FUTURS DU COMMERCE

LE HAVRE - 30, 31 MAI ET 1ER JUIN 2018

Session 4

NOUVELLES FORMES DU COMMERCE, NOUVELLES FORMES DE CONSOMMATION

Animation

RENARD-GRANDMONTAGNE Colette - MCF - Géographie - Université de Lorraine

SOUMAGNE Jean - PU - Géographie - Université d'Angers

Un évènement soutenu par :

De la saturation de l'espace commercial belge et de ses causes

Jean-Pierre Grimmeau - Benjamin Wayens

Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire
Université libre de Bruxelles

De la saturation de l'espace commercial belge et de ses causes

1. Introduction : Du développement du grand commerce et de son contrôle

Le grand commerce a été contrôlé d'abord par une loi de protection du petit commerce, dirigée contre les grands magasins et les magasins populaires, puis, après 14 ans sans protection, pour "moderniser le commerce", par une loi sur les implantations commerciales, progressivement assouplie et qui a arrêté bien moins de projets qu'on le dit, beaucoup de refusés étant réintroduits après modification suggérée.

Lois sur le grand commerce

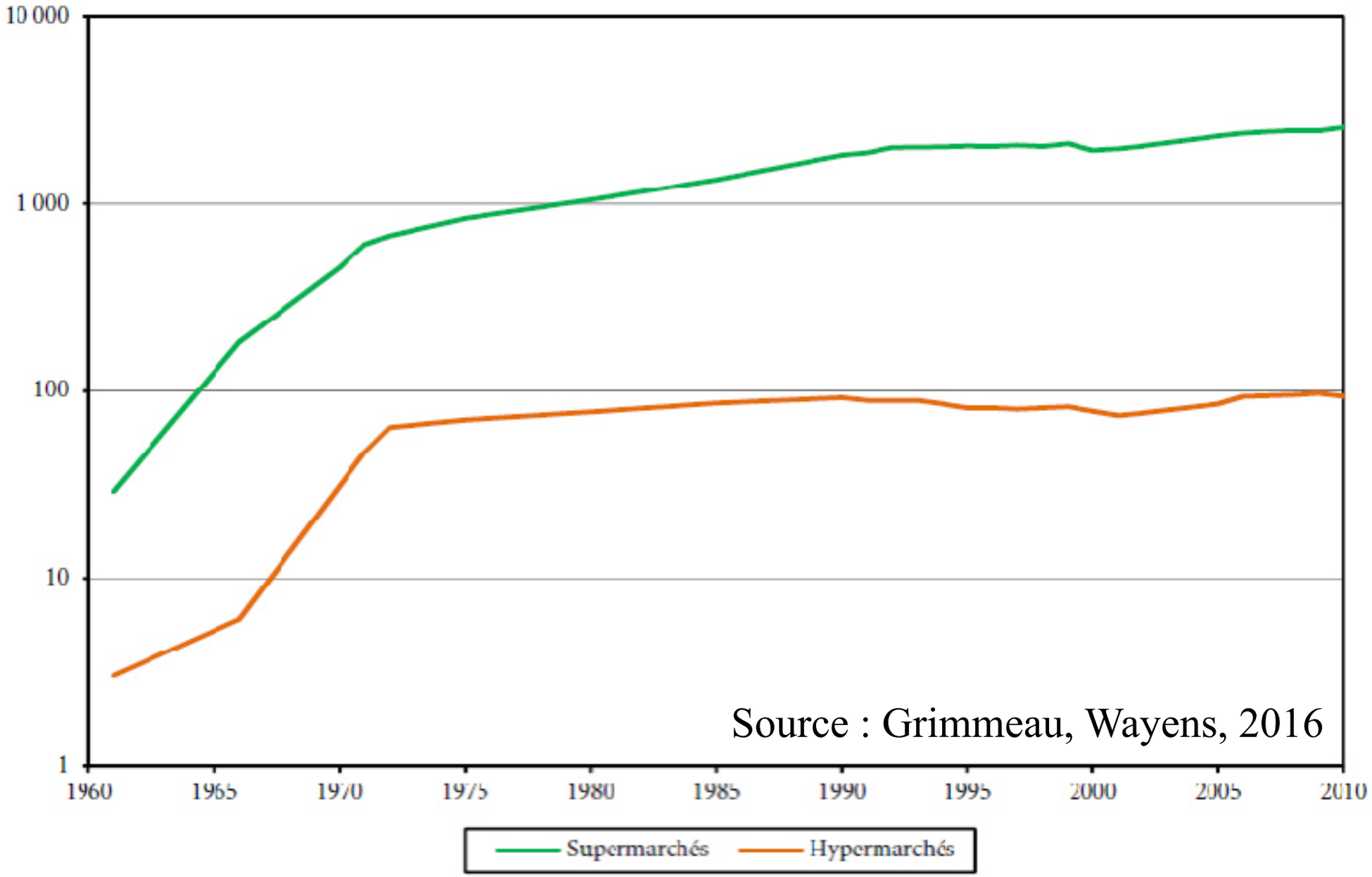
13 janvier 1937 <u>Loi de protection du petit commerce</u>
1er janvier 1961 Fin des effets de cette loi, abrogée en 1959

29 juin 1975 <u>Loi sur les implantations commerciale</u>
1994 Assouplissement des critères
2005 Transfert du pouvoir de décision aux Communes
2014 Transfert du pouvoir de décision aux Régions

Entre 1975 et 1994, un tiers des projets étaient refusés
Entre 2005 et 2014, 20 %.

C’est pendant la période de modernisation que le rythme de croissance du nombre de super- et hypermarchés a été le plus fort. C’est alors aussi que sont apparus les centres commerciaux et les parcs commerciaux. Néanmoins, le nombre de supermarchés a plus augmenté après 1975 qu’avant, passant de 836 à 2548 : l’essentiel des supermarchés actuels datent d’après 1975 !

Graphique 13. Évolution du nombre de super- et d’hypermarchés en Belgique (1961-2010)



Source : Grimmeau, Wayens, 2016

Surface totale nette du commerce de détail au sens strict (c'est à dire sans les cafés et restaurants, la voiture et les services) **:**
1961 : 5,2 millions de m² (Recensement de l'industrie et du commerce)
2015 : 18,7 millions de m² (Locatus)
Soit 3,6 fois plus !

commerces > 400 m² :
0,4 % en 1961 (Belgique - Recensement de l'industrie et du commerce)
14 % en 2013 (Flandre - Locatus)

Parcs commerciaux : 37,4 % de la surface commerciale en Flandre (Locatus 2013)

Supermarchés : 13 % de la surface commerciale en Belgique (Locatus 2009)

Centres commerciaux : 1 % du nombre des commerces en Belgique

Peut-on continuer avec la même logique d'expansion ?

2. L’offre peut-elle engendrer la demande ? ou l’effet Kinépolis

Si l’offre engendre la demande, pourquoi ne pas continuer avec la même logique d’expansion ?

Quand, en 1988-89, Kinépolis ouvrit son premier complexe de cinémas, alors le plus grand du monde, en face de l’atomium, les cinémas du centre de Bruxelles ont été terrorisés et, effectivement, 1991 marque le point culminant des fermetures de salles à Bruxelles (Biver, I., 2009, p.51).

(fin) 1988 ouverture d’un complexe de 16 salles
1989 passage à 25 salles (7500 places)
Alors le plus grand complexe de cinémas au monde

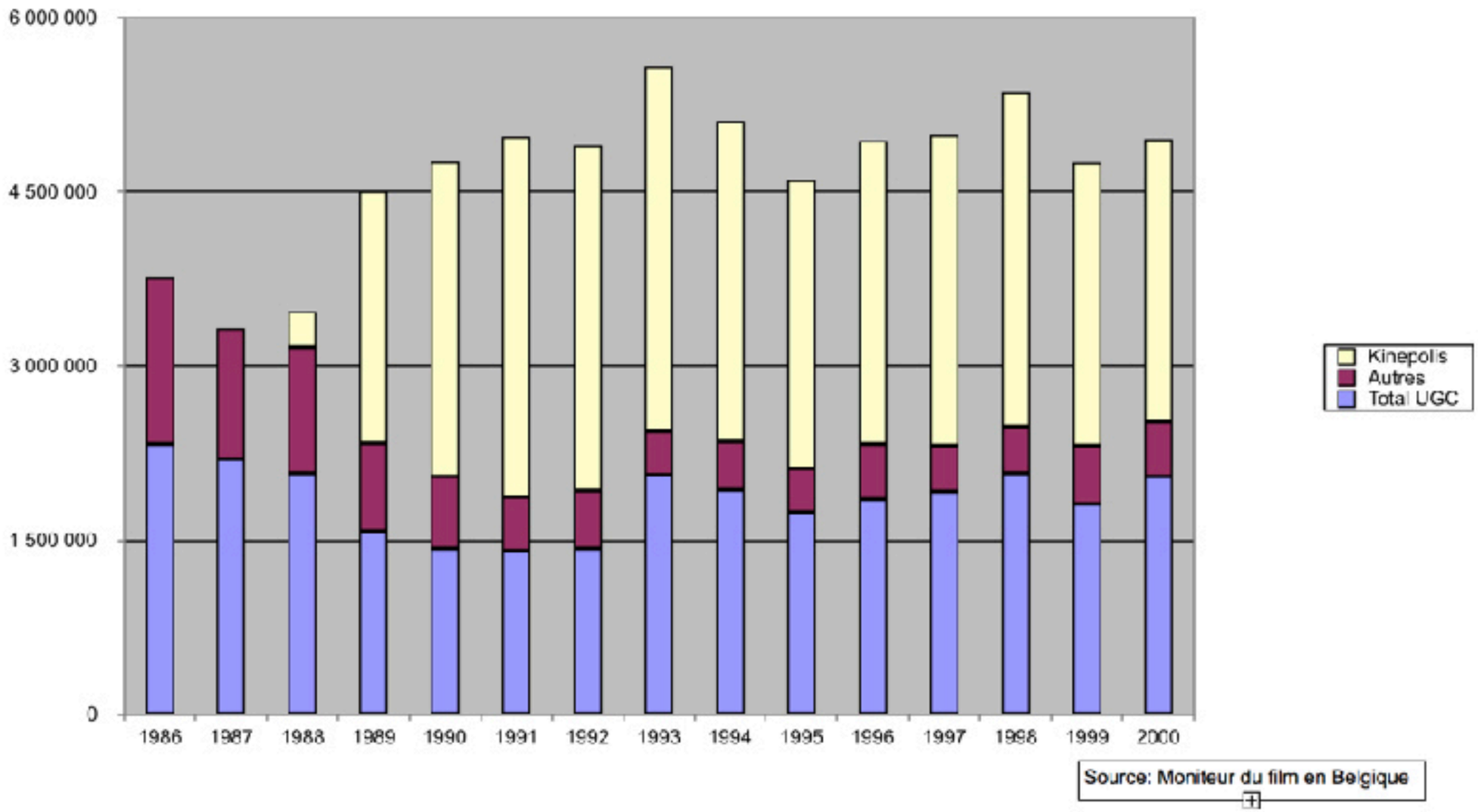
Mais en fait, la baisse de fréquentation des salles existantes poursuit une tendance en cours depuis l'après-guerre et Kinépolis fit augmenter le nombre de spectateurs à Bruxelles et en Belgique : il y a plus de nouveaux spectateurs attirés par le confort, la qualité de son et d'image et l'accessibilité que de spectateurs captés sur les salles existantes. Evidemment, l'offre ne peut engendrer la demande que s'il s'agit d'une consommation dispensable et que le marché n'est pas saturé !

Contexte belge : évolution entre 1945 et 1988 :

Nombre de spectateurs (milliers) : de 147.602 à 15.659 (/9,4)

Nombre de salles : de 1.059 à 422 (/2,5)

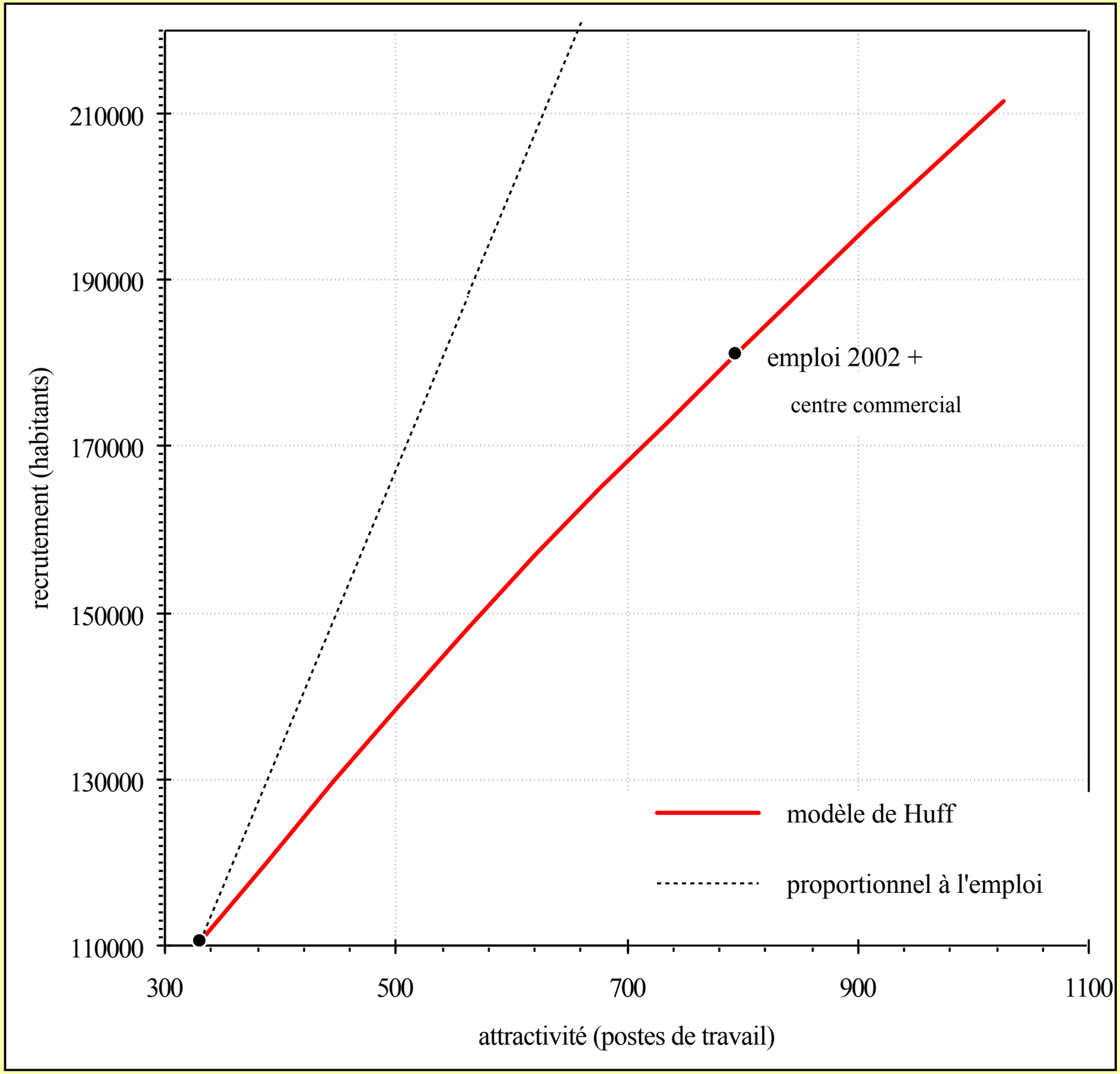
Evolution du nombre de spectateurs des cinémas bruxellois



3. La loi des rendements décroissants

Nous avons été chargés d'une étude pour prévoir les effets de la création d'un centre commercial dans une ville moyenne. Nous avons estimé la population recrutée avant et après l'ouverture du centre au moyen d'un modèle de Huff. Celui-ci suppose que la population d'un lieu répartit ses achats entre les différents points d'offre proportionnellement à l'importance de leur offre et inversement au carré de la distance. Nous avons pris comme importance de l'offre l'emploi dans la vente d'équipement de la personne, secteur principal des centres commerciaux. L'augmentation de l'offre fait spectaculairement augmenter le recrutement (ligne rouge). Néanmoins, le recrutement augmente moins que proportionnellement à l'emploi (pointillé noir) ; les rendements sont décroissants ; on peut s'attendre à une diminution du chiffre d'affaire par actif et donc à un licenciements de travailleurs : la création d'emplois par le centre commercial n'est pas une création nette. Dans notre simulation, nous avons supposé la population et la consommation constantes. Ce modèle correspond assez bien aux observations rapportées des conséquences de l'ouverture d'un centre commercial (Robertson, J., Fennell, J., 2007 par exemple). Cette observation justifie le contrôle du développement du commerce.

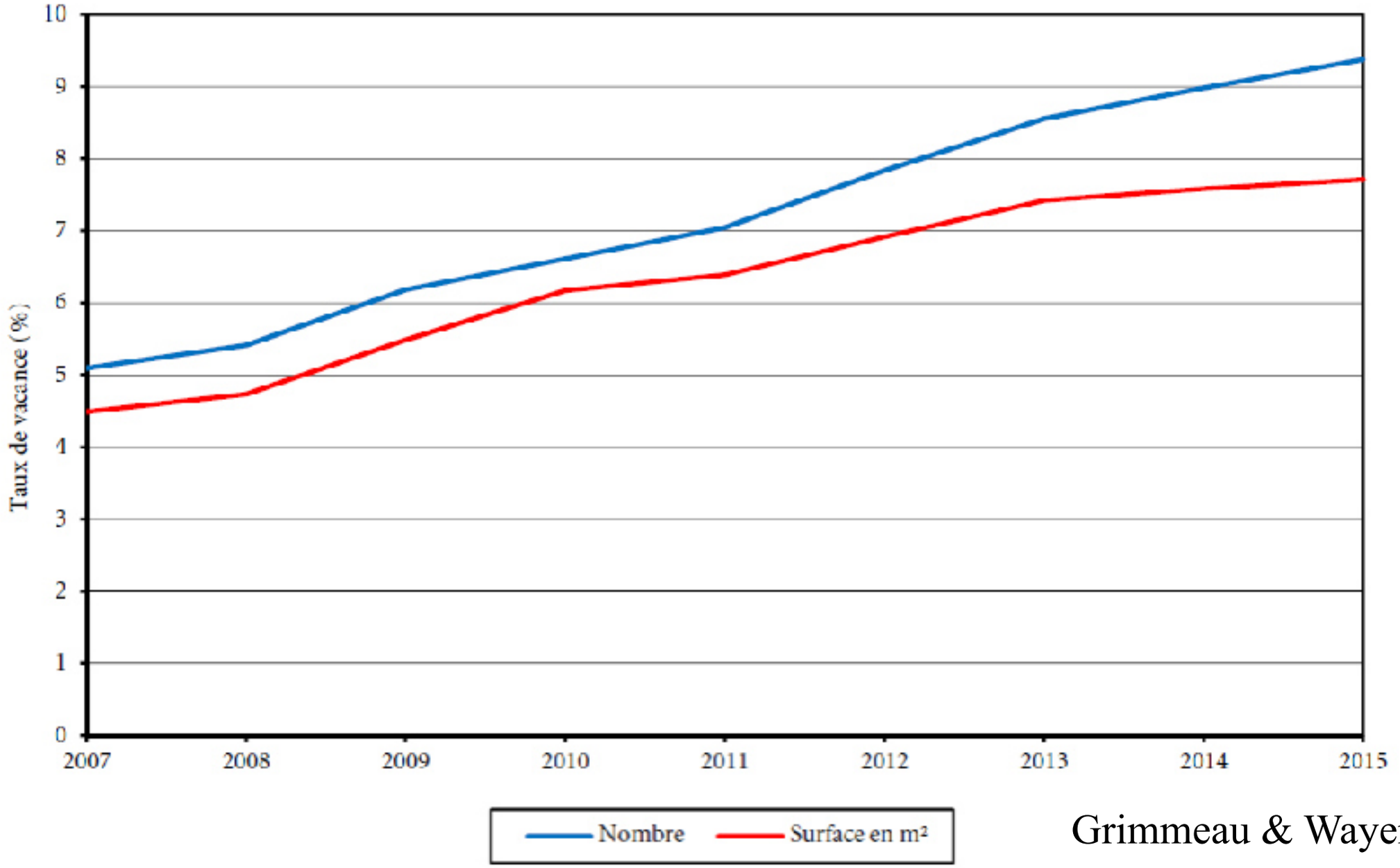
Population recrutée (Modèle de Huff)



4. Le petit commerce disparaît-il ?

On peut mettre en relation l'hypothèse de la saturation du marché du titre avec la disparition du petit commerce et la multiplication des cellules vides, dont les médias sont pleins. On n'a pas de vue d'ensemble ancienne des cellules vides mais bien du nombre de commerces.

Graphique 4. Évolution des taux de vacance commerciale en Belgique, en nombre (au sens large) et en surface (au sens strict) (2007-2015)



Grimmeau & Wayens, 2016

1947 : 369 787 établissements sl (Recensement de l'industrie et du commerce)

2015 : 191 269 commerces sl (Locatus)

Soit – 48 %

Soit encore – 1 % par an en moyenne

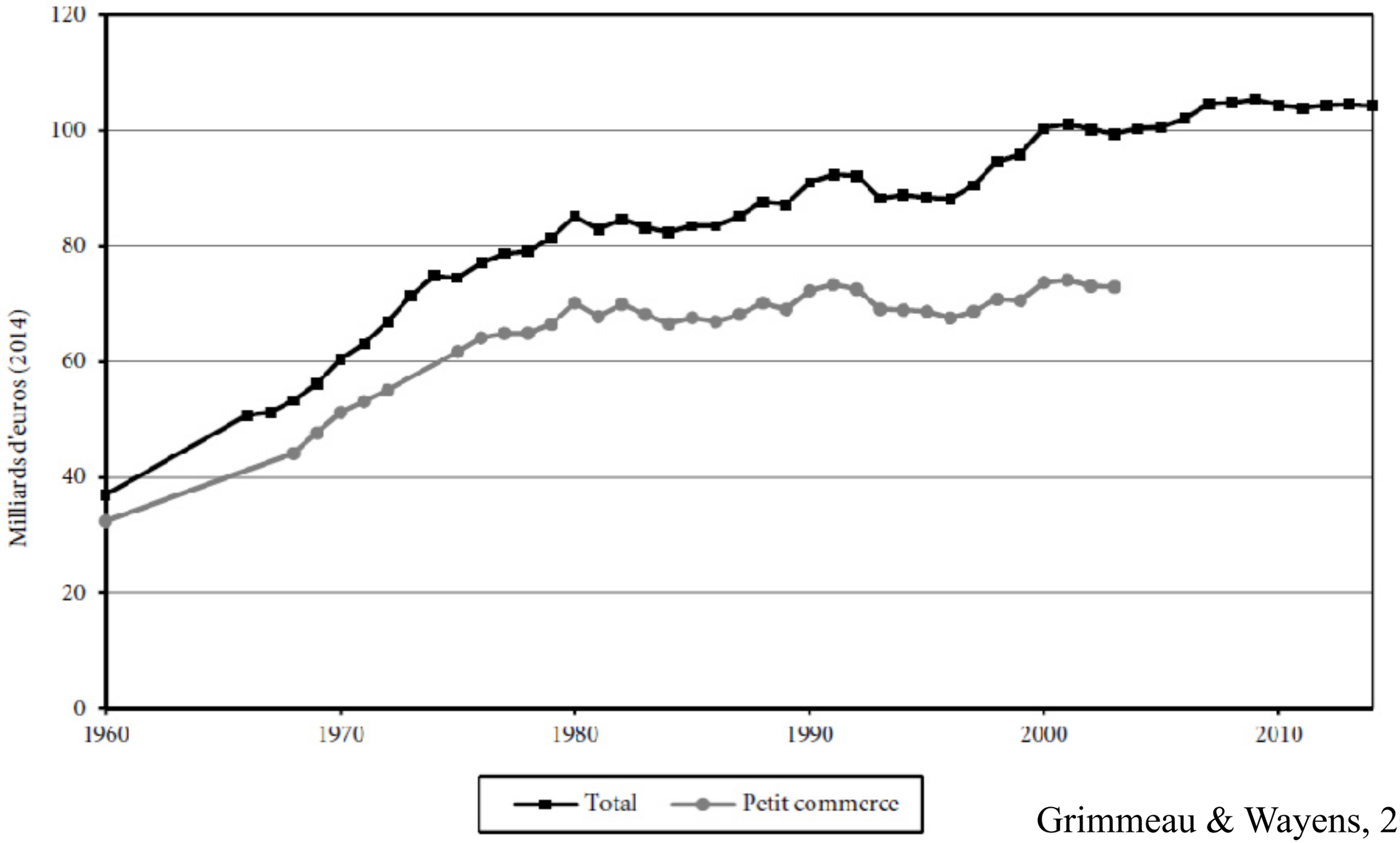
Les commerces vides en 2015 ne représentent que 11% de la diminution du nombre de commerces entre 1947 et 2015.

Un oeil averti reconnait ces traces dans la ville.

Photos : J.P. Grimmeau

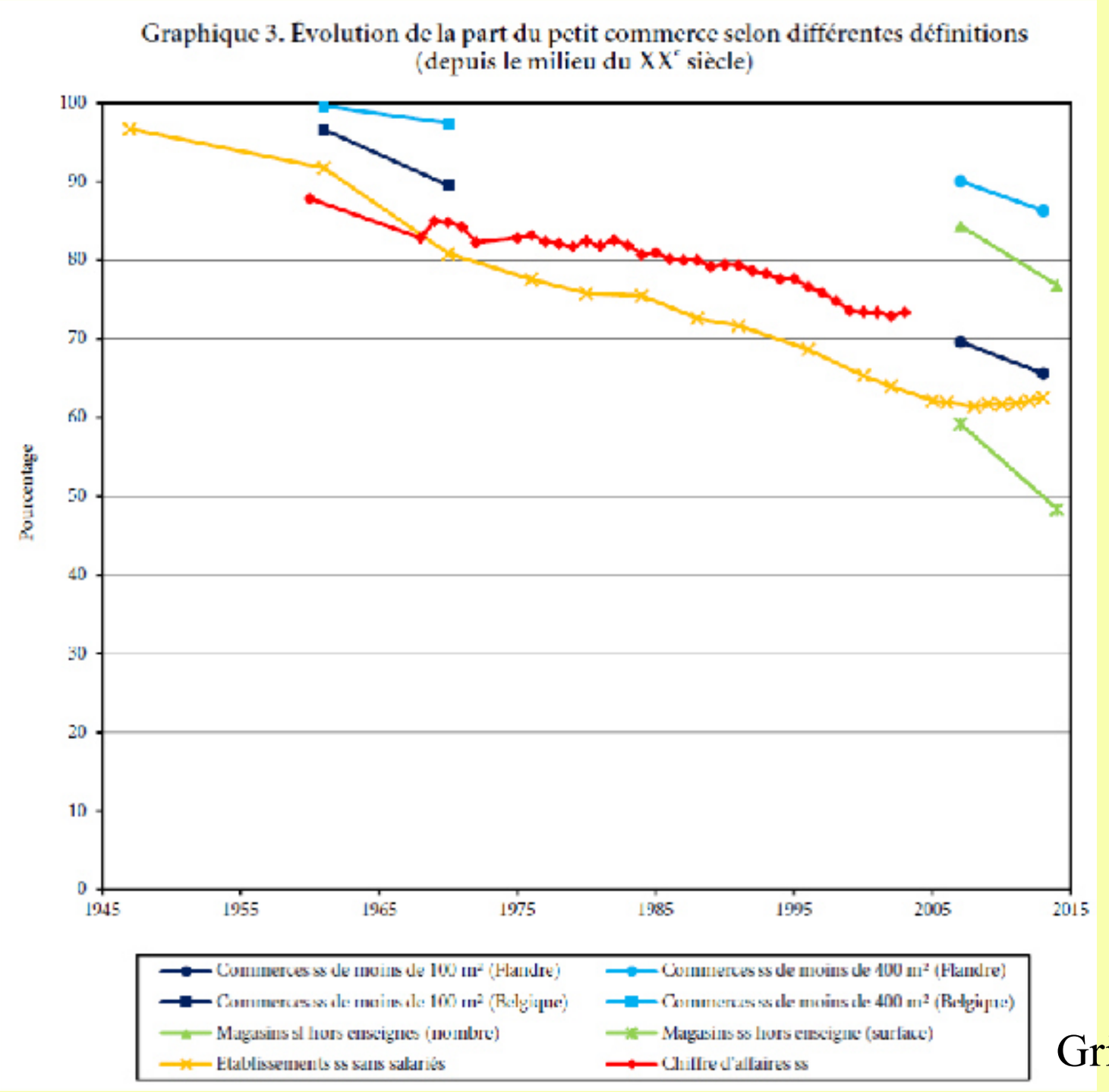
Mais paradoxalement le chiffre d'affaires du commerce, et même du petit commerce, augmente ! J'attire votre attention sur la définition utilisée ici du petit commerce : indépendants, dont franchisés, et entreprises de moins de 5 succursales.

Graphique 7. Évolution du chiffre d'affaires du commerce au sens strict et du petit commerce (indépendants, dont franchisés, et entreprises de moins de 5 succursales) au sens strict, à pouvoir d'achat constant (1960-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

La part du petit commerce diminue évidemment. Le graphique montre l'évolution du pourcentage de petit commerce selon différentes définitions. Le petit commerce reste dominant, sauf en pourcentage de surface des magasins hors enseignes, mais cela exclut les franchises, même de petite taille, ce qui n'est pas satisfaisant.



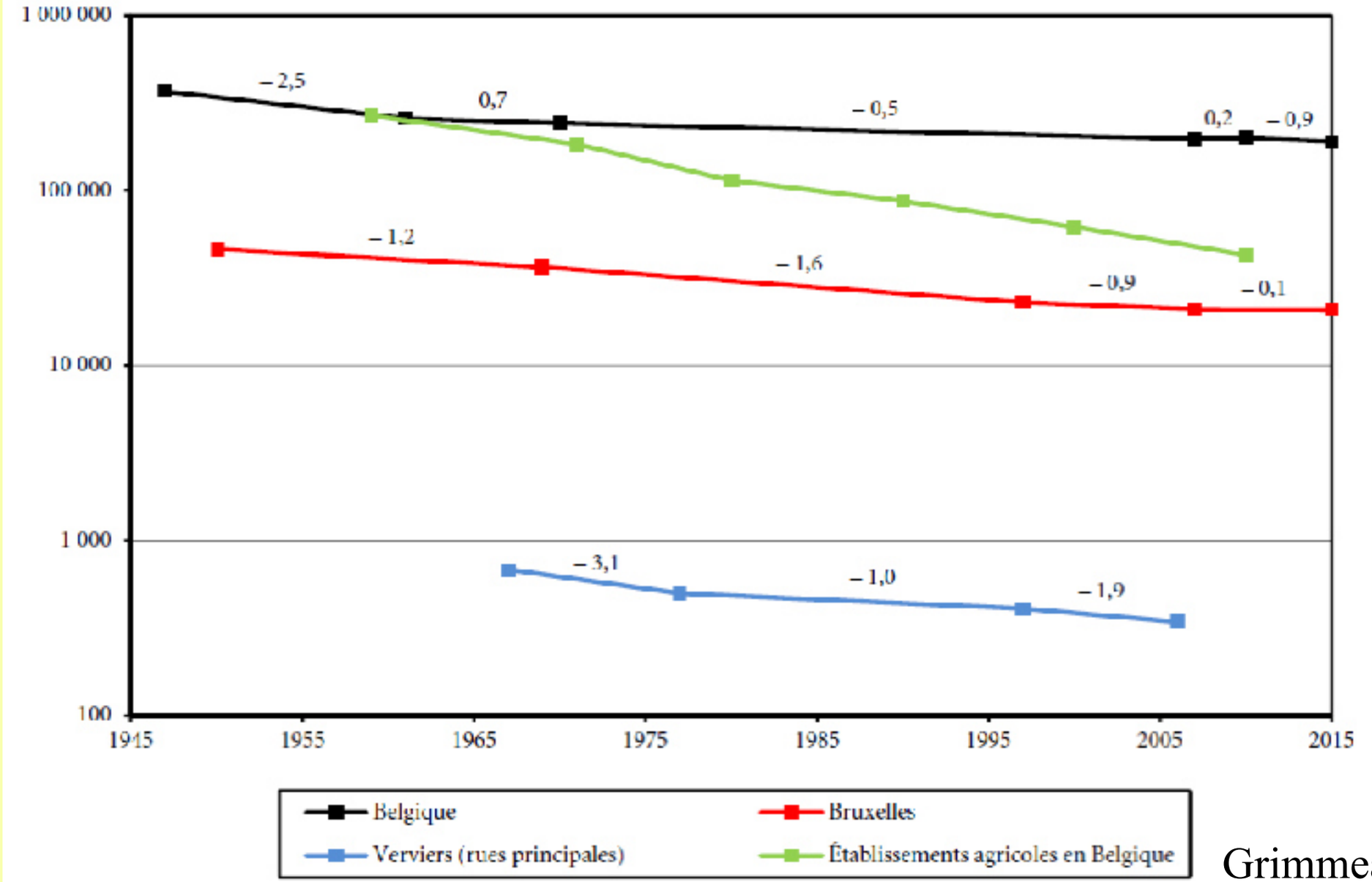
Grimmeau & Wayens, 2016

Le chiffre d'affaires du commerce et du petit commerce est en croissance
Le petit commerce reste dominant au sein du commerce
Seul le nombre de commerces est en décroissance

5. Les causes de la diminution du nombre de petits commerces

La première cause généralement invoquée de diminution du nombre de commerce est la concurrence du grand commerce. Mais la décroissance du nombre de commerces est la plus forte entre 1947 et 1961, et beaucoup plus faible entre 1961 et 1970.

Graphique 1. Évolution du nombre de commerces au sens large en Belgique, à Bruxelles et, sans les services financiers, dans les rues principales de Verviers, et du nombre d'établissements agricoles en Belgique (depuis le milieu du XX[e] siècle)



Grimmeau & Wayens, 2016

En 1961, le grand commerce (> 400 m²) représente 0,4 % des commerces et 7 % du chiffre d'affaires
Il ne peut donc pas être tenu responsable d'une diminution du nombre de commerces de 2,5 % *par an* entre 1947 et 1961 !
Et la période 1961-1970 est au coeur de la période de modernisation.

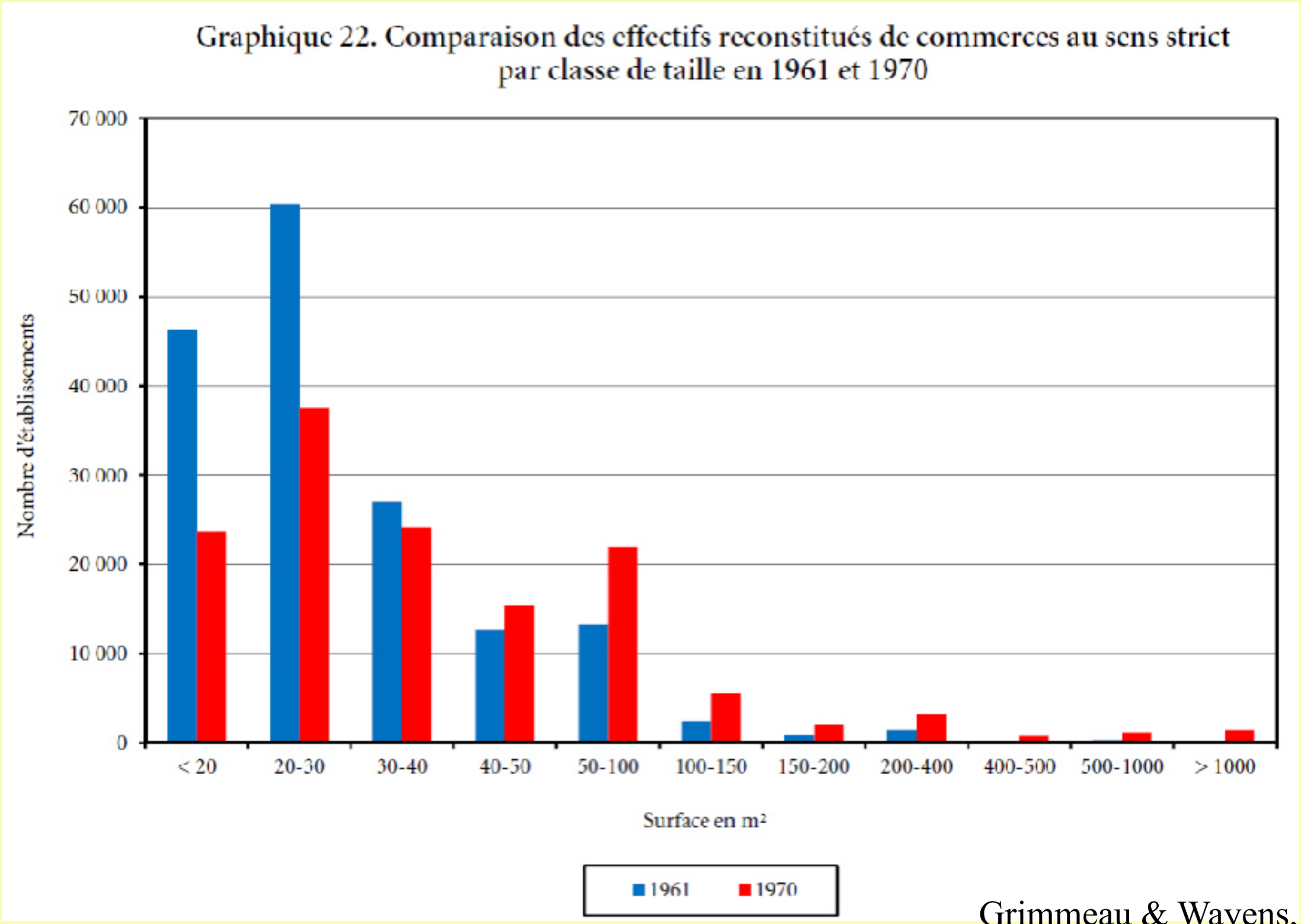
Surface totale nette du commerce de détail au sens strict :
1961 : 5,2 millions de m² (Recensement de l'industrie et du commerce)
2015 : 18,7 millions de m² (Locatus)
Soit 3,6 fois plus !

Estimation :

Le grand commerce (> 400 m²) serait responsable de 88 % de cette croissance

Le petit commerce (< 400 m²) serait responsable de 12 % de la croissance

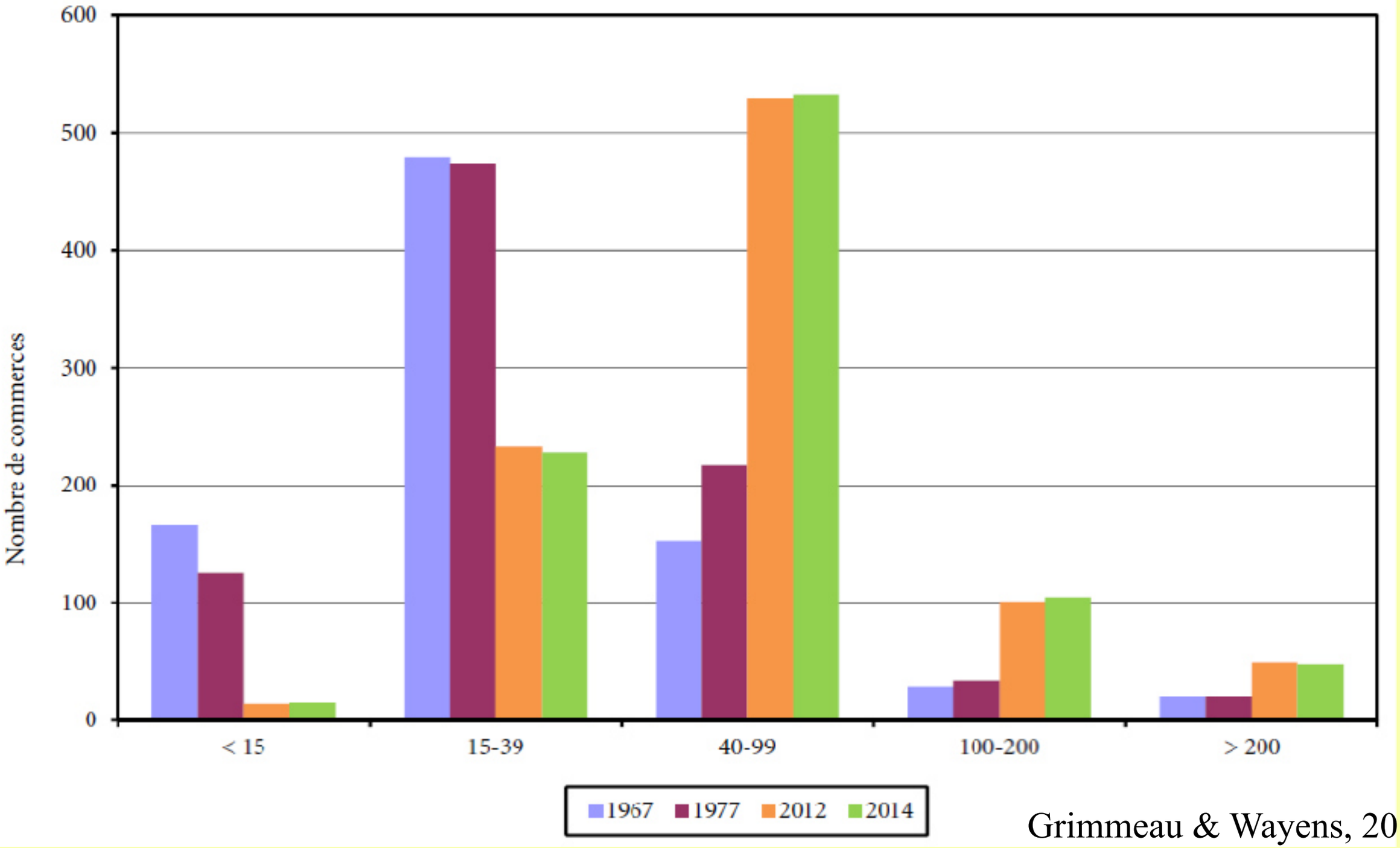
Déjà entre 1961 et 1970, pour toute la Belgique, on voit décroître le nombre de commerces de moins de 40 m² et croître au-dessus.



Grimmeau & Wayens, 2016

On fait la même observation pour le centre-ville de Namur entre 1967 et 2014. En 1967 et 1977, la taille dominante est entre 15 et 40 m² ; en 2012 et 2014, entre 40 et 100 !

Graphique 23. Évolution de la structure des commerces au sens large du centre-ville de Namur, selon la taille (1967-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

Si l'on examine les commerces qui ont changé de taille entre 2012 et 2014 pour toute la Wallonie, on lit qu'il y en avait 150 de moins de 50m² en 2012, que leur taille moyenne cette année-là était de 25m² et qu'elle est passée à 90m² en 2014, soit un facteur d'agrandissement de 3,6 ! Pour les plus grands commerces, la tendance est aussi à la croissance, mais moins forte, jusqu'à 200m². Les commerces d'une taille supérieure en 2012 la diminuent en moyenne de 20% en 2014 ! Nous y reviendrons.

Tableau 7. Évolution des surfaces moyennes des commerces ayant changé de taille en Wallonie (2012-2014)

Classe de surface 2012 (m²)	Nombre	Surface moyenne (m²)		Rapport
		2012	2014	
< 50	150	25	90	3,6
50-100	81	62	111	1,8
100-200	87	123	156	1,3
> 200	125	1 056	829	0,8

Grimmeau & Wayens, 2016

Comment les petits commerces s'agrandissent-ils ? Par occupation de tout le rez-de-chaussée, voire de tout ou partie du jardin, depuis que le commerçant n'habite plus derrière ou au-dessus de son commerce, voire par extension sous un bâtiment voisin.

Photos : J.P. Grimmeau

Pourquoi les petits commerces s'agrandissent-ils ? Parce que leur métier s'est considérablement compliqué. De multiples contraintes se sont ajoutées et la complexification multiplie les frais : comptable, secrétariat social, frais bancaires, payements électronique, sécurité, … Selon un article de 2013 de deux économistes (Konings, J. et Vanormelingen, S.), le bénéfice net n'est plus que d'1,5% du chiffre d'affaires ! En conséquence, les magasins doivent être de plus en plus grands pour être rentables.

Tableau 6. Principales ruptures dans la transformation du métier de petit commerçant (1954-2015)

1954	Obligation pour les commerçants de tenir une comptabilité
1958	Première loi réglementant l'accès à la profession de commerçant
1965	Introduction des chèques-repas
1969	Obligation pour les commerçants d'être titulaires d'un compte postal ou bancaire
1971	Instauration de la TVA
1976	Introduction du code-barres dans le commerce en Europe
1979	Création de Bancontact et de Mistercash ; fusion ultérieure
1985-1987	Introduction de l'ordinateur dans la gestion des petits commerces
1986-1987	Adoption en Europe d'une norme permettant les livraisons en flux tendu
1999	Imposition des doubles-cuves aux stations-services
2002	Passage à l'euro
2002	Création de l'Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire
2005	50 % des ménages belges sont connectés à Internet
2015	Caisse anti-fraude pour les restaurants ; Agents de sécurité

Grimmeau & Wayens, 2016 ; modifié

Surface moyenne des commerces : 38 m² en 1961 > 228 m² en 2015 (x 6)

Il faut donc moins de commerces pour un même chiffre d'affaires

Et des commerces qui deviennent vacants ne trouvent pas de repreneur

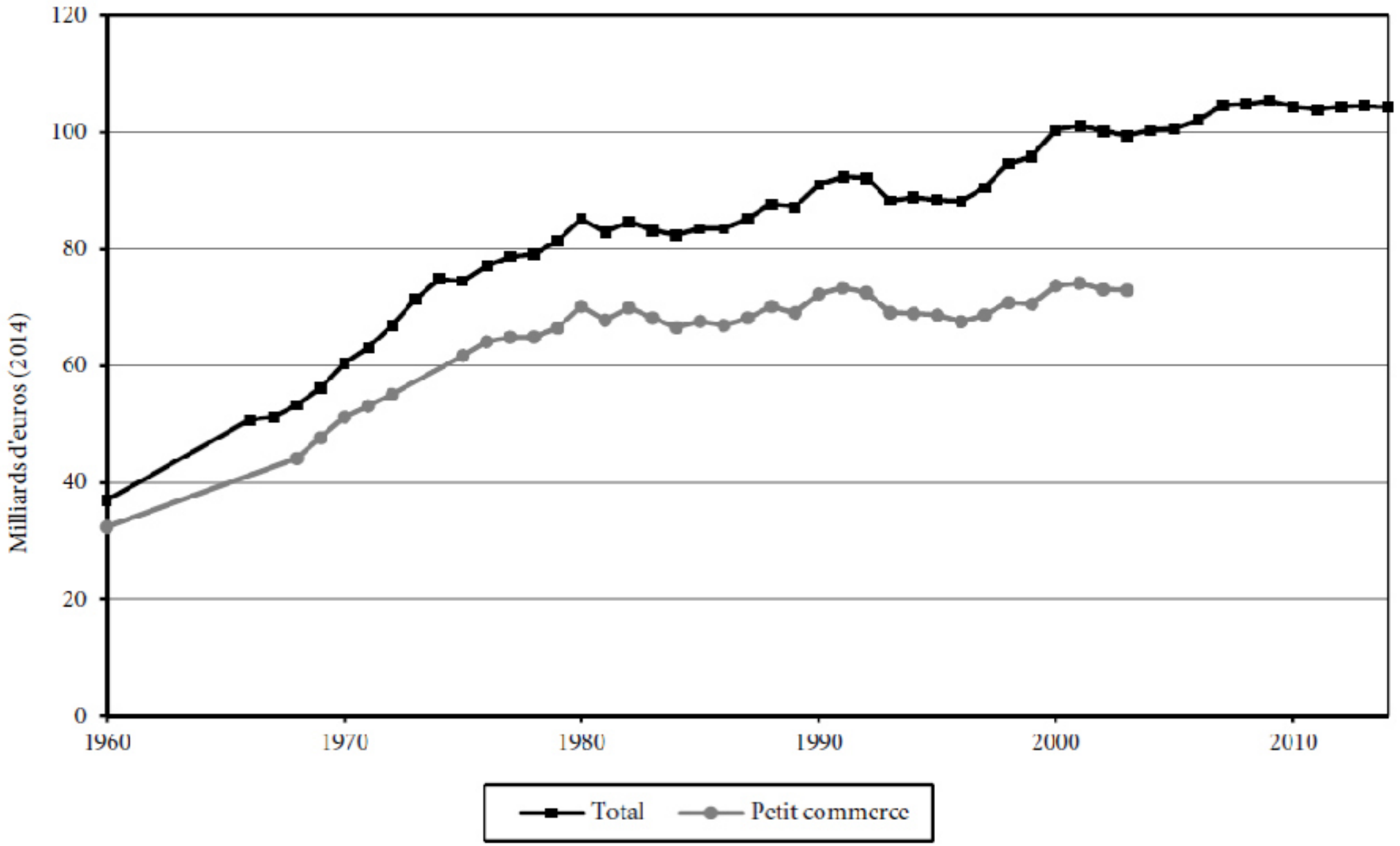
Surtout les plus petits et les plus marginaux

Il n'y a pas disparition du petit commerce
Il y a concentration du commerce,
comme dans l'agriculture et l'industrie

6. La saturation de l'espace commercial

La tendance à la croissance du chiffre d'affaires s'arrête en 2007.

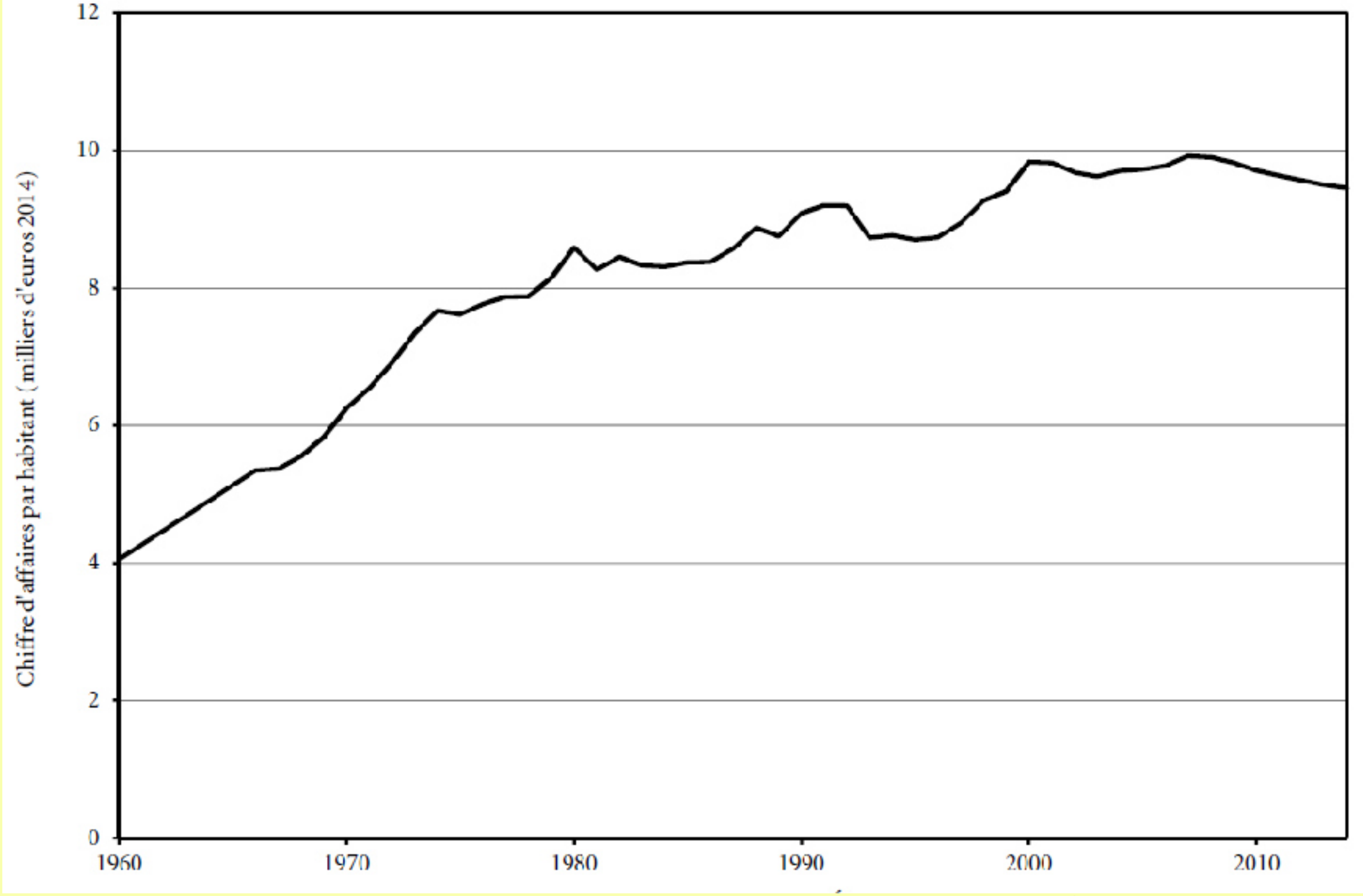
Graphique 7. Évolution du chiffre d'affaires du commerce au sens strict et du petit commerce (indépendants, dont franchisés, et entreprises de moins de 5 succursales) au sens strict, à pouvoir d'achat constant (1960-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

Le chiffre d'affaires par habitant, en croissance jusqu'en 2000, stagne ensuite et décroît depuis 2007.

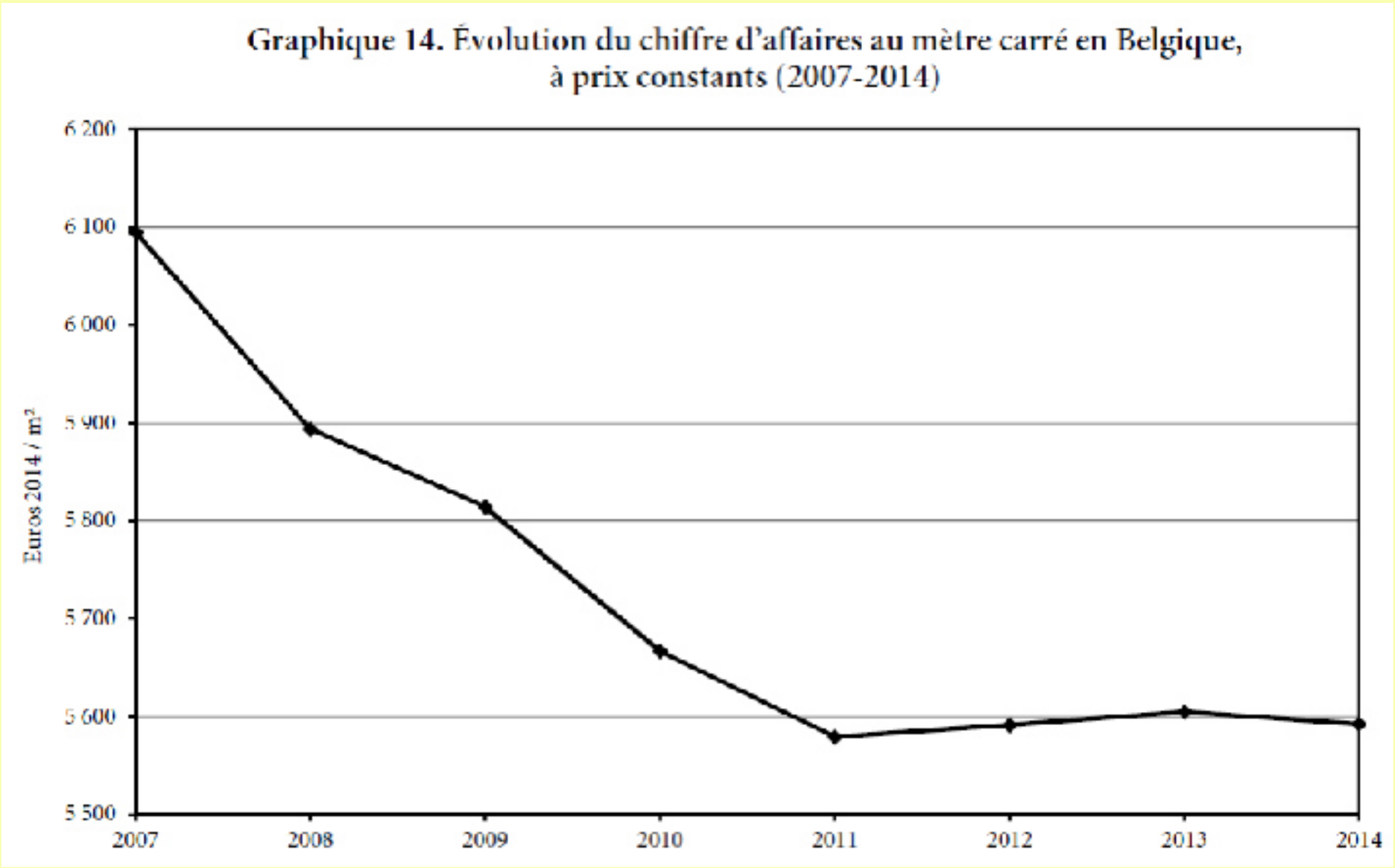
Graphique 18. Évolution du chiffre d'affaires du commerce de détail par habitant, à pouvoir d'achat constant (1960-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

Le chiffre d'affaires au m2 est en décroissance de 2007 (6100€) à 2011 (moins de 5600) et, depuis, stagne. La seule date antérieure pour laquelle le calcul peut être fait est 1960-61 (7108). Ceci montre que, globalement, c'est la loi des rendements décroissants qui vaut ; il n'y a pas de demande générée. Le rythme de décroissance s'est visiblement accéléré mais l'on ne sait pas quand. En tout cas, l'évolution 2007-2011 est 6 fois plus rapide que de 1960-61 à 2007 ! Le Westvlaams ekonomisch studiebureau (2015) conclut aussi à une décroissance du chiffre d'affaires au m². Et, pour la France, Pascal Madry (2011) observe, dans un article au titre prémonitoire : le commerce est entré dans sa bulle, que "Depuis plus d'une quinzaine d'années (…), le parc des surfaces de vente du commerce de détail croît à un rythme plus rapide que celui de la consommation".

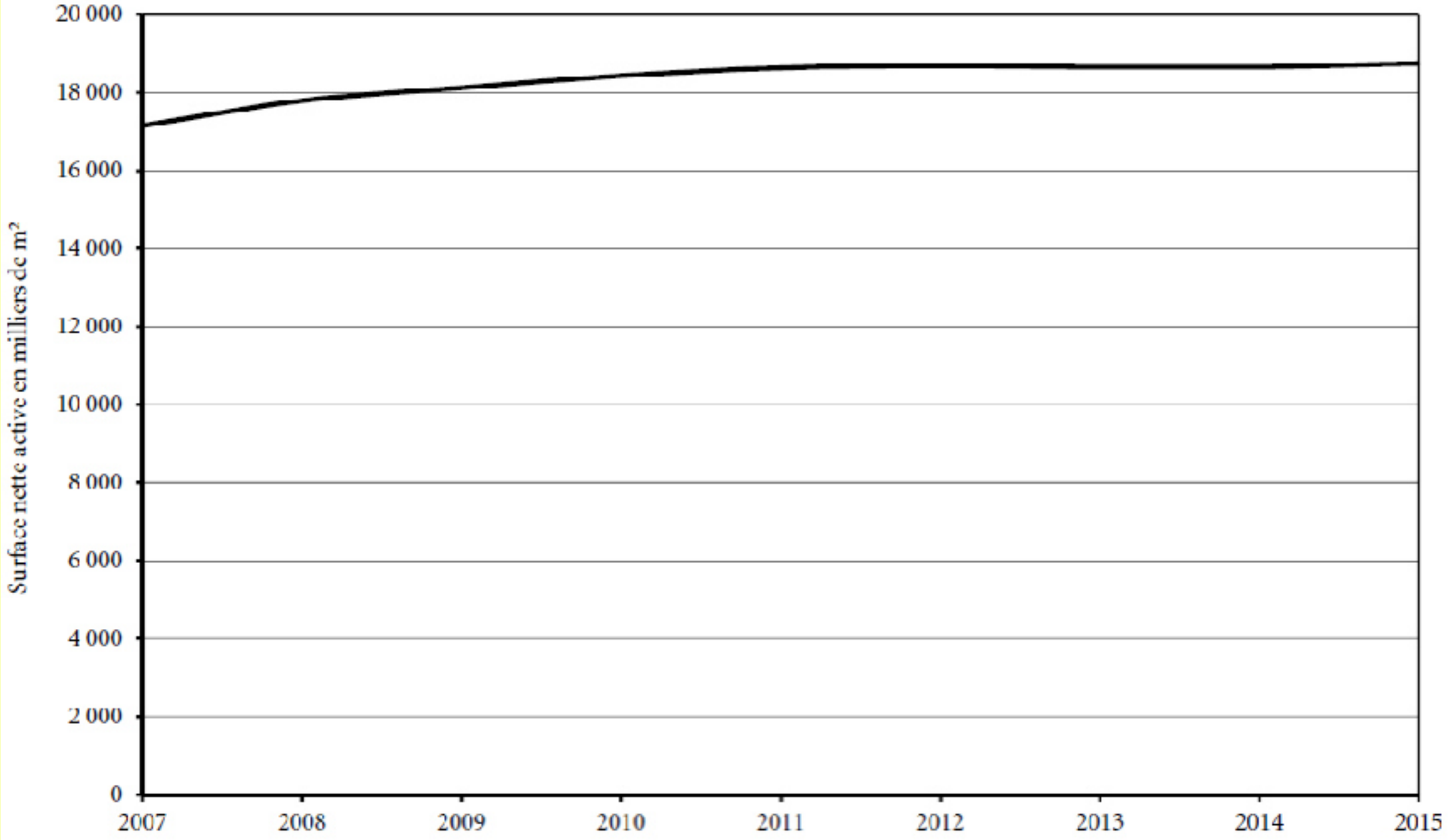
Graphique 14. Évolution du chiffre d'affaires au mètre carré en Belgique, à prix constants (2007-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

La stagnation depuis 2011 ne doit pas nous réjouir parce qu'elle traduit une stabilisation de la surface totale : soit des projets autorisés ne se réalisent pas, soit les nouvelles surfaces créées sont entièrement compensées par des fermetures.

Graphique 9. Évolution de la surface totale nette active du commerce de détail au sens strict (2007-2015)

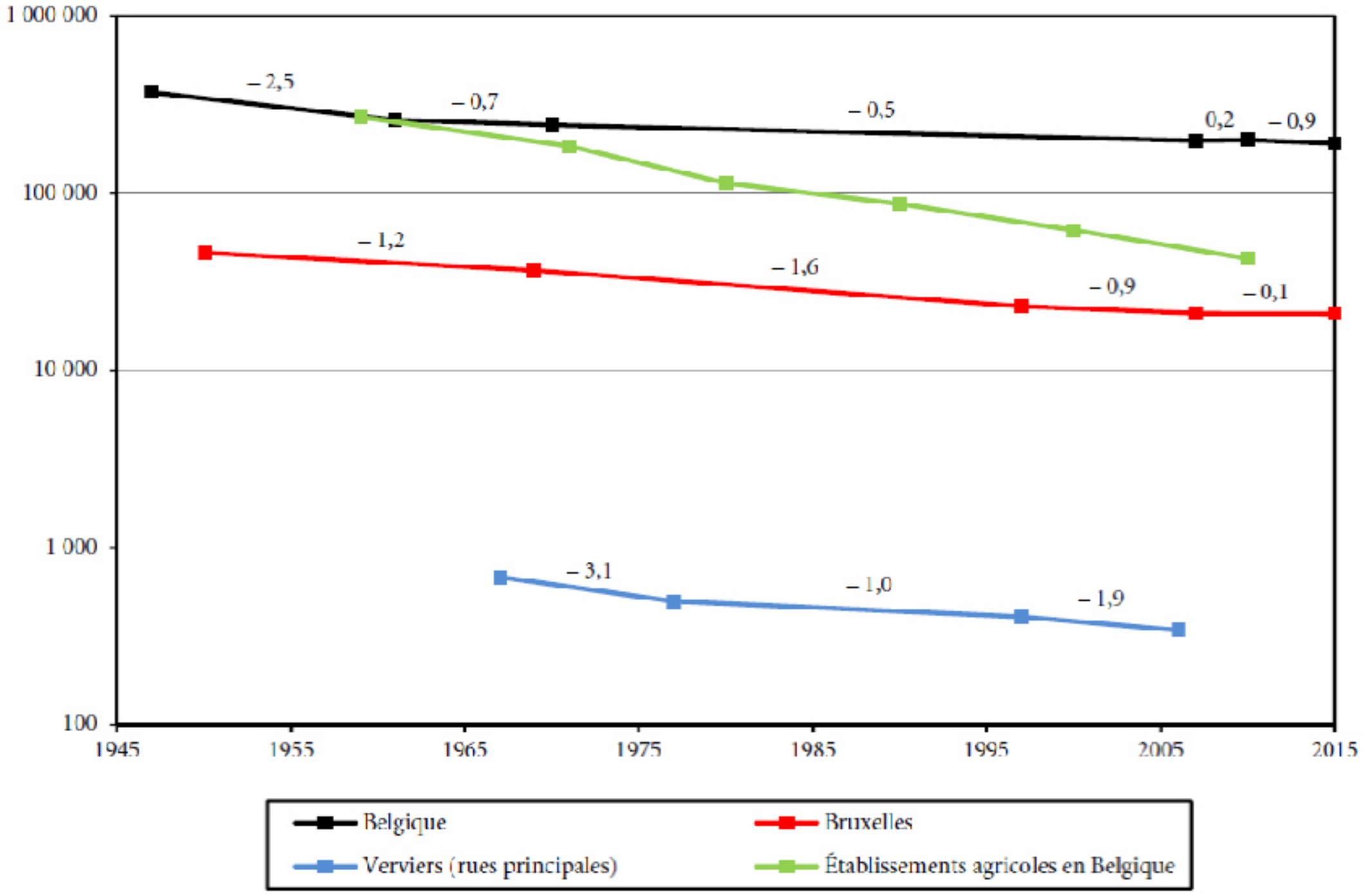


Source : Locatus.

Grimmeau & Wayens, 2016

Depuis 2009, le nombre de commerces a recommencé à baisser, à un rythme jamais vu depuis 1961.

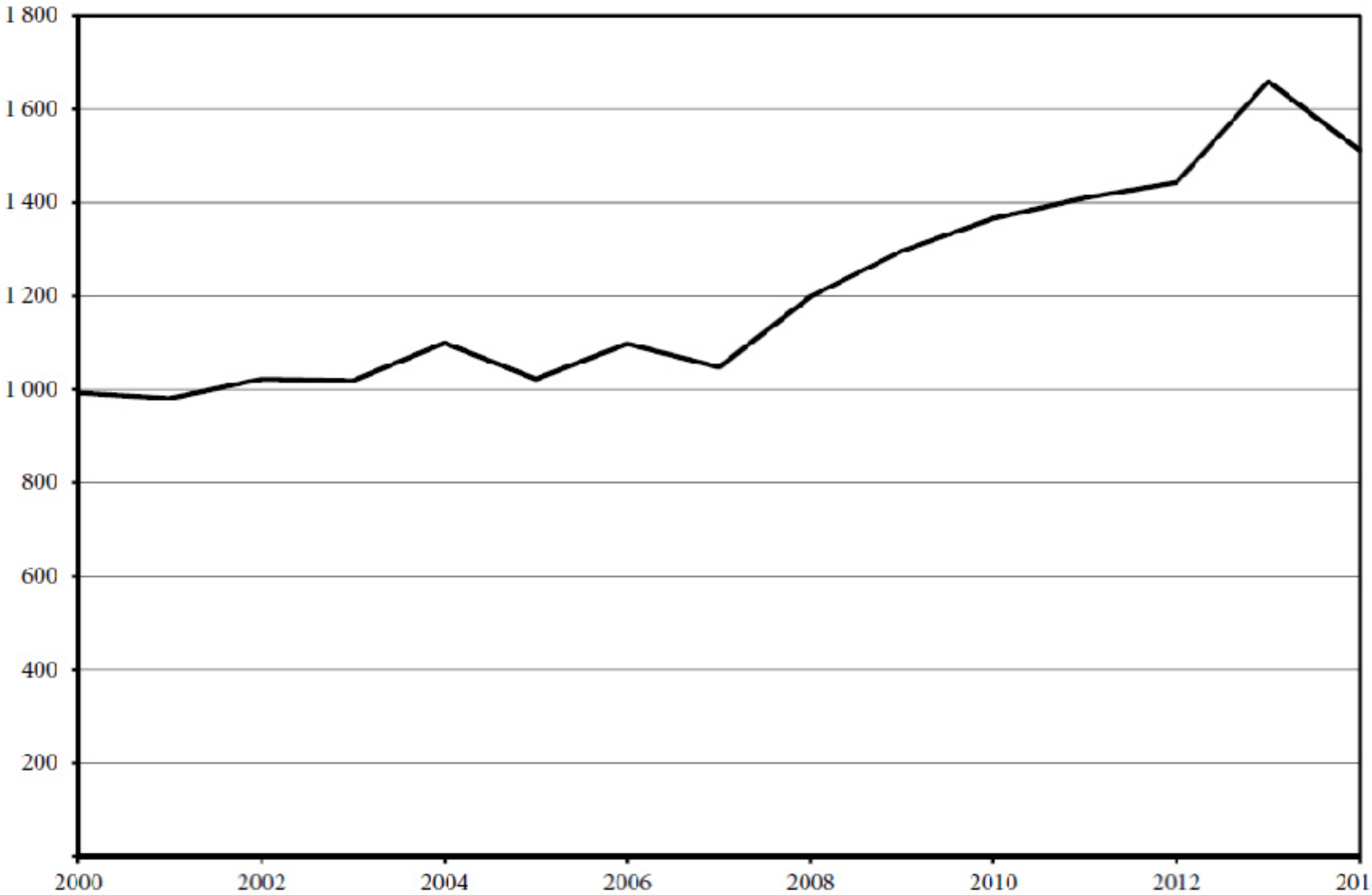
Graphique 1. Évolution du nombre de commerces au sens large en Belgique, à Bruxelles et, sans les services financiers, dans les rues principales de Verviers, et du nombre d'établissements agricoles en Belgique (depuis le milieu du XX^e siècle)



Grimmeau & Wayens, 2016

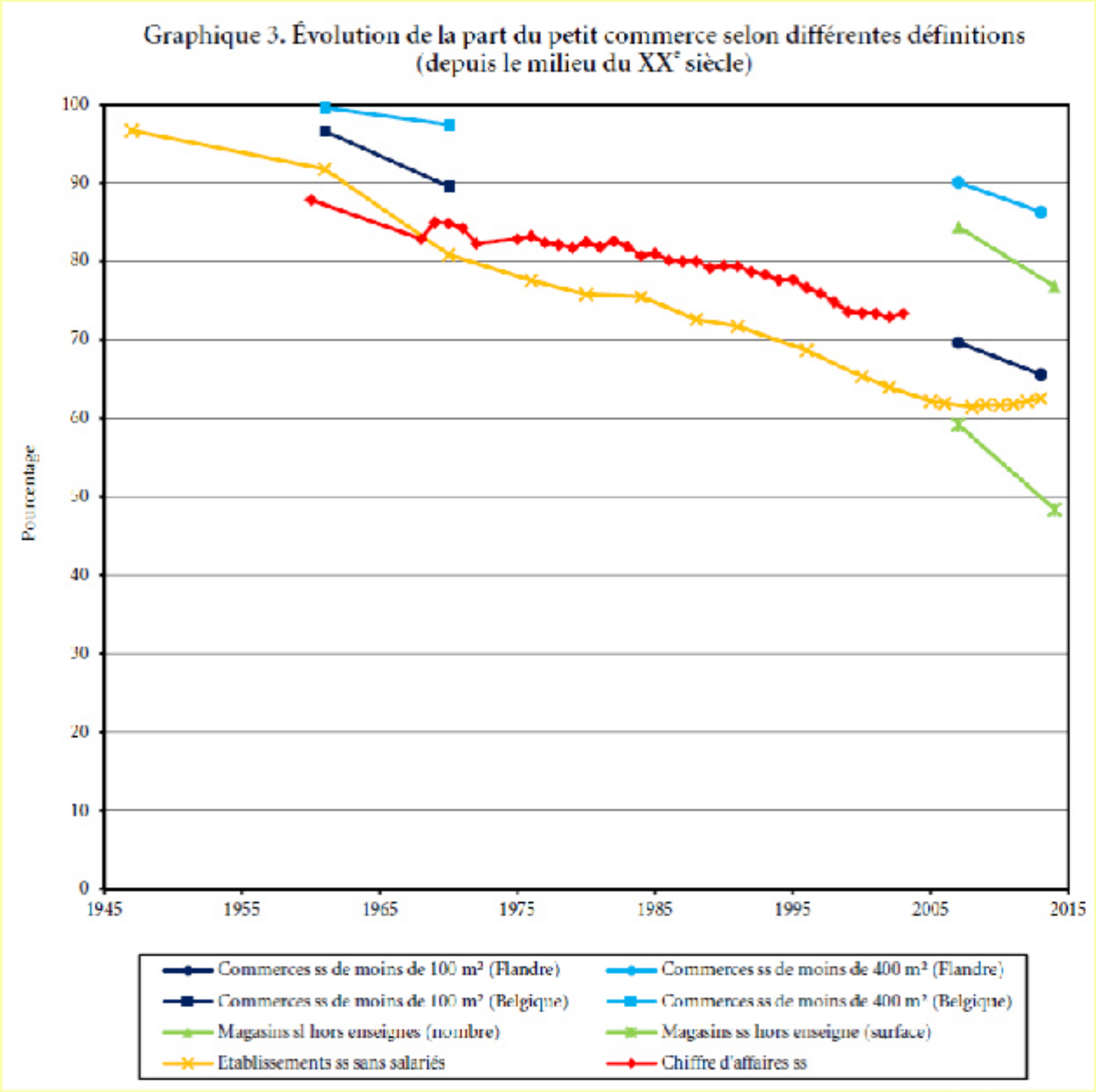
Le nombre de faillites augmente depuis 2000 et le rythme s'accélère depuis 2007.

Graphique 15. Évolution du nombre de faillites dans le commerce de détail au sens strict (2000-2014)



Grimmeau & Wayens, 2016

J’attire ici votre attention sur la proportion d’établissements sans personnel salarié (orange) qui, après une tendance baissière, augmente depuis 2007 : des commerçants licencient leur personnel salarié.



Grimmeau & Wayens, 2016

La fréquentation des centre commerciaux a diminué de 15% entre 2007 et 2014, on a fermé des hypermarchés, près de 6000 emplois ont été perdus depuis 2010 dans des restructurations de supermarchés, des enseignes on disparu, de nombreux directeurs ont été remplacés, il y eu des grèves et, comme vu plus haut, les commerces de plus de 200m² qui changent de surface le font en moyenne à la baisse. Et la Belgique connaît son premier échec de centre commercial : celui d'Eupen va être transformé en appartements.

Comme toutes ces nouvelles arrivent à des moments différents, elles reçoivent des explications au cas par cas (erreur de conception ou de gestion, incapacité de s'adapter à l'évolution de la demande, …). Pour nous, l'explication est globale : l'espace commercial est saturé !

Conclusion :
Le contexte commercial actuel est radicalement différent de celui de 1975
L'espace commercial est saturé
Il faut revoir drastiquement le contrôle du développement commercial

Références

Biver, I., 2009, Cinémas de Bruxelles. Portraits et destins, CFC éditions.
Grimmeau, J.P., Wayens, B., 2016, Les causes de la disparition des petites commerces (1945-2015), Courrier hebdomadaire du CRISP, 2301-2302.
Konings, J. et Vanormelingen, S., 2013, Une analyse économique du commerce, Comeos.
Pascal Madry (2011) Le commerce est entré dans sa bulle, Études foncières, n° 151, p. 12-16.
Robertson, J., Fennell, J., 2007, The economic effects of regional shopping centres, Journal of Retail and Leisure Property, volume 6, n° 2, p. 149-170.
Westvlaams ekonomisch studiebureau, 2015, Onderzoek naar redenen van leegstand, uitgevoerd bij eigenaars. Beleidsondersteunend advies, Bruges.