

INFLUENCE SUR L'OFFRE COMMERCIALE AU SEIN DE LA RBC

-

OPTIONS POLITIQUES POUR LES AUTORITES REGIONALES

Recommandations de la Chambre des Classes moyennes
18 mars 2008

Lors de sa visite à la Chambre des classes moyennes le 19/6/2007, le Ministre Cerexhe a demandé à ses membres de réfléchir aux mécanismes de régulation possibles du mix commercial des noyaux commerciaux et de leurs artères environnantes.

La Chambre des classes moyennes souhaite d'abord faire référence à son avis d'initiative du 15/1/2007 joint en annexe à ses recommandations. L'avis d'initiative comprend un certain nombre de suggestions importantes concernant l'influence de l'offre commerciale. Plus spécifiquement, les considérations relatives aux points 1. Implantations commerciales, 2. Urbanisme commercial et 4. Offre commerciale (et Observatoire du commerce) sont importantes en la matière.

Dans les présentes recommandations adressées au Ministre, la Chambre des classes moyennes entend approfondir quelques-unes des lignes directrices de son avis d'initiative du 15/1/2007.

OBJECTIFS

L'influence du mix commercial doit avoir pour but :

- de garantir la diversité des activités commerciales dans les quartiers commerçants ;
- d'accroître l'attractivité et la qualité des commerces ;
- d'offrir une sécurité juridique et urbanistique aux commerçants.

Concrètement, la Chambre des Classes moyennes invite les autorités régionales à développer des initiatives dans 4 domaines :

- l'ancrage communal du Schéma de développement commercial de la Région de Bruxelles-Capitale ;
- les mesures en matière d'urbanisme ;
- la politique immobilière ;
- la plate-forme virtuelle d'information, de formation et d'accompagnement du développement commercial.

1. ANCRAGE DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Le Schéma de développement commercial proposé, complété par des volets communaux, constitue un excellent fil conducteur pour la poursuite du développement de l'offre commerciale dans la Région. Un tel instrument doit être inséré dans un cadre légal à valeur réglementaire, après une concertation étroite avec les parties concernées (communes, organisations des classes moyennes, ...).

Par analogie à d'autres terminologies urbanistiques utilisées (par ex. Plan régional d'affectation du sol), on pourrait donc parler d'un « Plan régional de développement commercial », complété par les contributions des communes précisant leur vision en matière d'implantations commerciales. Ces compléments communaux au plan régional doivent être réalisés en étroite concertation avec les acteurs locaux.

La Région doit prendre l'initiative d'inviter les communes à intégrer leur vision de l'avenir du commerce sur le territoire communal dans le Schéma de développement commercial. Cette intégration est capitale pour pouvoir mener une politique coordonnée, en particulier pour les noyaux commerciaux se situant sur le territoire de plusieurs communes.

La vision des communes doit déterminer les éléments suivants :

- La définition de la vocation identitaire de leurs quartiers commerçants, en particulier en ce qui concerne la composition du mix commercial ;
- les types de commerce désirés et indésirables dans ces quartiers commerçants ;
- les types de commerce pouvant s'implanter en dehors des liserés de noyau commercial.

2. MESURES EN MATIERE D'URBANISME

A. Le Schéma de développement commercial et ses compléments communaux doivent avoir le statut d'un instrument d'urbanisme servant de référence à l'octroi des autorisations socioéconomiques et urbanistiques. Le non-respect de ses dispositions doit donner lieu aux mêmes sanctions que celles prévues dans les autres réglementations d'urbanisme.

Un tel dispositif permet par exemple :

- √ L'autorisation d'implantations commerciales correspondant à la vision urbanistique du quartier commerçant, telle que mentionnée ci-dessus ;
- √ Le refus de l'implantation, en dehors des noyaux commerciaux, de grandes surfaces commerciales dont les activités et l'offre ont un impact négatif sur l'attrait ou la diversité de l'offre commerciale dans les liserés de noyau commercial ;
- √ La recherche d'une complémentarité maximale des commerces situés en dehors des noyaux avec les commerces existants dans les liserés, tant au niveau de la dimension (= superficie de vente) qu'au niveau de l'assortiment. La Chambre des classes moyennes estime plus particulièrement que les commerces de produits de commodité, de comparaison et les commerces sélectifs spécialisés nécessitant relativement peu d'espace doivent exclusivement être implantés au sein des noyaux commerciaux. Les assortiments de nature autonome et nécessitant des espaces relativement importants (par ex. voitures, cuisines, matériaux de construction,...) peuvent entrer en ligne de compte pour une localisation en périphérie (zones d'industrie urbaine,...).
- √ L'égalité de traitement de la gestion des parkings de grandes surfaces commerciales et ceux situés dans les quartiers commerçants, notamment en ce qui concerne la tarification.

B. En outre, la Région et les communes doivent investir et réguler l'attractivité générale des quartiers commerçants, condition de base pour la garantie d'un appareil commercial diversifié. Des commerces de qualité ne peuvent se développer dans un environnement dégradé.

Les règlements d'urbanisme (communaux et régionaux) peuvent être utilisés afin d'encadrer l'entretien des façades et des trottoirs, l'esthétique des terrasses et de leur mobilier, l'éclairage publicitaire, etc. afin d'améliorer l'image générale des artères commerçantes.

C. Ce Schéma de développement commercial intégrant les apports communaux doit être intégré parmi les critères retenus dans la législation relative à l'expansion économique, dans les réglementations communales et toutes les autres réglementations relatives aux subventions, aux taxes, aux impôts et au commerce.

3. POLITIQUE IMMOBILIERE

La Région et les communes doivent se doter des moyens leur permettant de mener une politique immobilière. Par le biais d'une régie foncière ou dans le cadre d'un partenariat privé-public, la Région et les communes peuvent acheter, rénover et mettre à disposition (éventuellement en ayant recours au droit de préemption) certains bâtiments à situation stratégique pour le commerce, à condition que leur exploitation corresponde à la vision et à la stratégie commerciale, telles qu'elles sont formulées dans le Schéma de développement commercial complété.

Cela signifie à l'aide d'exemples concrets :

- √ L'aménagement d'espaces suffisants dans les noyaux commerciaux pour accueillir des enseignes locomotives ou d'autres types de commerce souhaités ;
- √ La réservation d'espaces, au sein de galeries ou de grandes surfaces commerciales, pour l'établissement d'indépendants (entreprises familiales ou locales, artisans, ...) et de starters (par exemple, les bénéficiaires d'un prêt du fonds de participation) ;
- √ La coopération public-privé ne peut pas uniquement se limiter à la phase de la construction, elle doit aussi être garantie dans la phase d'exploitation, afin d'offrir une garantie pour une complémentarité durable de l'offre commerciale.

4. PLATE-FORME VIRTUELLE POUR L'INFORMATION, LA FORMATION ET L'ACCOMPAGNEMENT DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

La Chambre des classes moyennes plaide pour la dynamisation de l'offre d'information, de formation et d'accompagnement en ce qui concerne le développement de l'offre commerciale. Cette offre est actuellement organisée et diffusée, de manière éparse et non coordonnée, par différents acteurs : organisations des classes moyennes, Observatoire du commerce, Atrium, AVCB, ERAP,

La Chambre des classes moyennes plaide pour une plate-forme inventoriant toutes les actions et initiatives existantes en faveur du commerce au sein de la RBC.

Cette plate-forme virtuelle peut fournir un appui tant aux autorités politiques (fonctionnaires et responsables politiques aux niveaux régional et communal) qu'aux commerçants.

La Chambre des classes moyennes estime qu'il relève de la mission de l'Observatoire du commerce de communiquer des données actualisées concernant l'impact sur le commerce des évolutions sociologiques, des tendances et évolutions futures (comportement d'achat, évolution de la population,), et des changements des besoins et du comportement des consommateurs, et de transmettre ces données aux commerçants et aux associations de commerçants.

*
* *