



Liège

Fiche communale commerce

Contexte

Le Gouvernement wallon a décidé, en sa séance du 1^{er} décembre 2023, de charger les Agences de Développement Territorial de réaliser des diagnostics territoriaux devant faciliter la réalisation des futurs Schémas de Développement Communaux. Afin d'alimenter ces diagnostics sur le volet commercial, un marché spécifique a été lancé et attribué au consortium UPcity – SEGEFA. Les fiches ci-après ont été développées dans ce cadre et sont destinées principalement aux acteurs communaux.

Relevé des commerces réalisés par le SEGEFA en 2023 (voir guide d'utilisation ci-après pour davantage d'explications).

Contenu

Cette fiche contient :

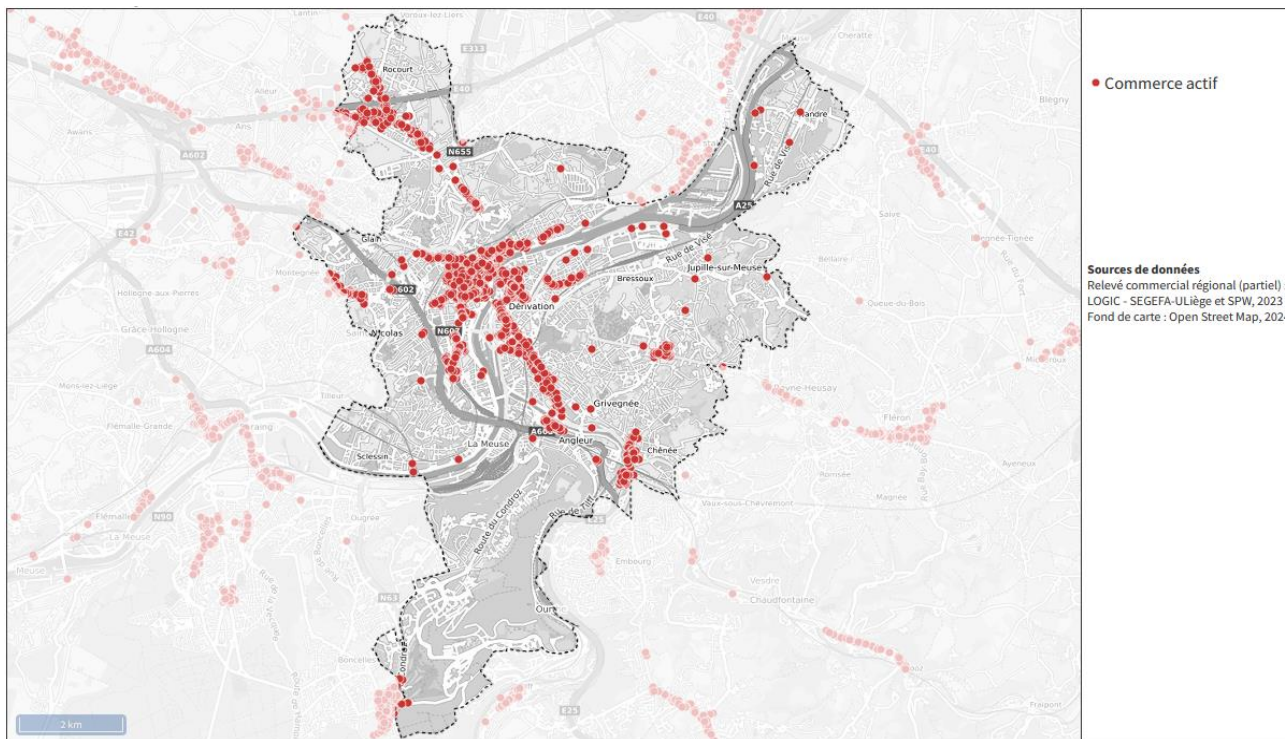
- *Fiche communale*
- *Bassin d'achats alimentaires*
- *Bassin d'achats légers*
- *Bassin d'achats lourds*

- *Guide d'utilisation*

Liège Offre

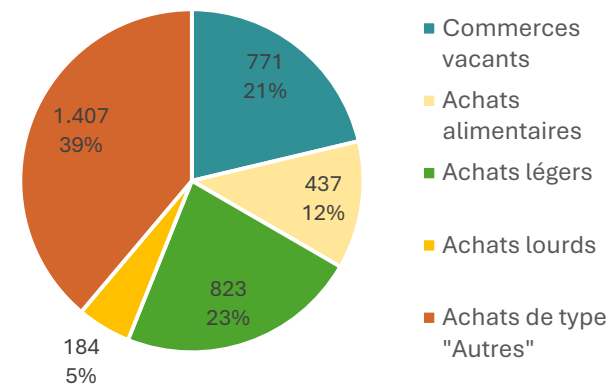
Appartient au :

- Bassin alimentaire de **Liège**
- Bassin léger de **Liège**
- Bassin lourd de **Liège**



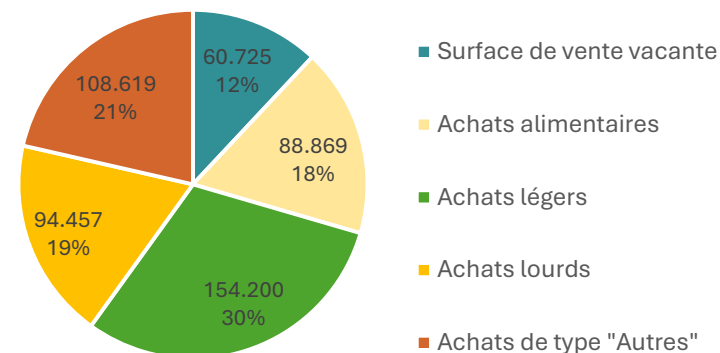
Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
Surface de vente totale : **506.870 m²**
Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**

Nombre de commerces par catégorie d'achat



Taux de vacance (en nombre) en Région wallonne : 13,7%

Surfaces de vente (m²) par catégorie d'achat



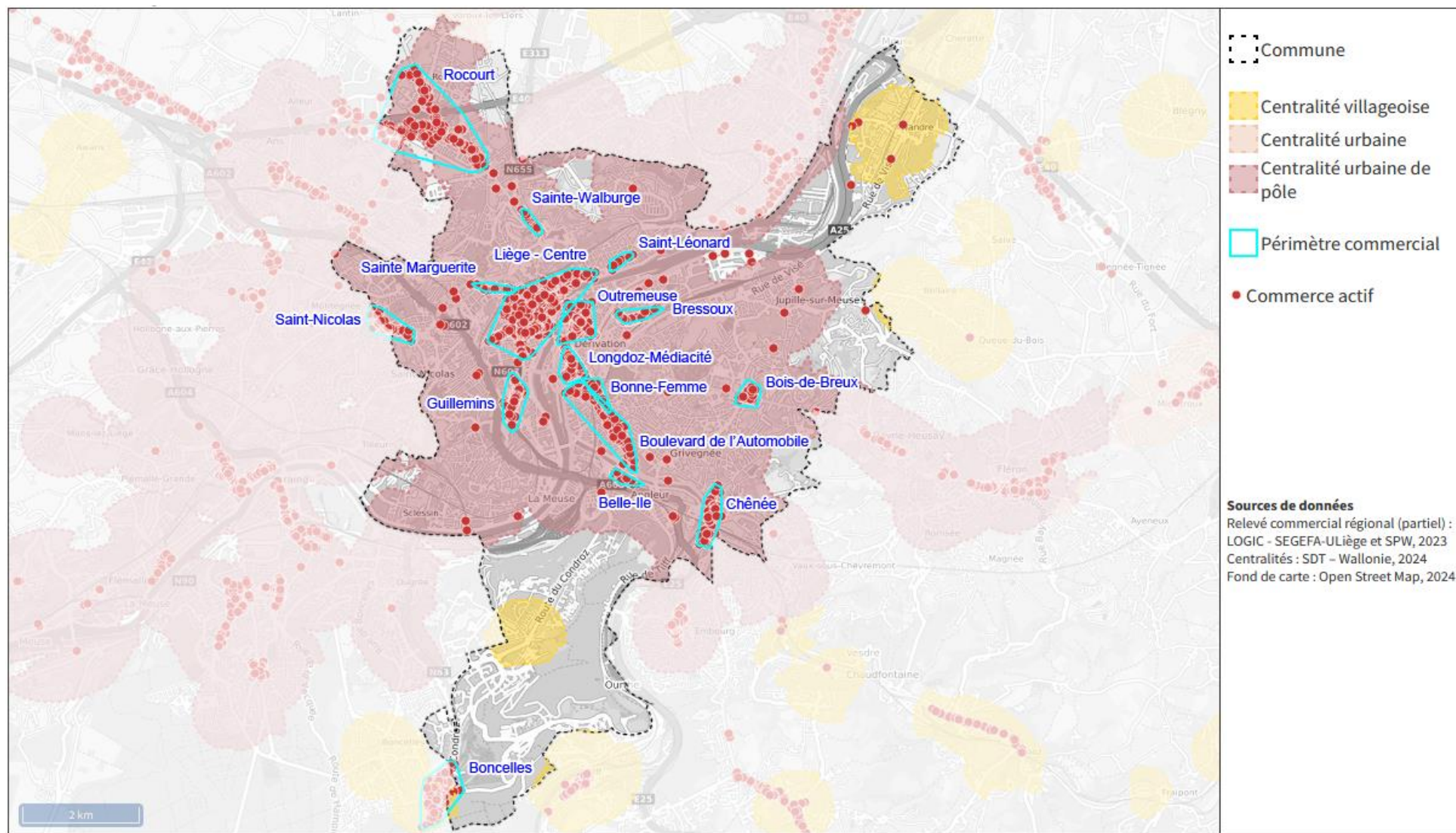
*Sur base du relevé 2023. Celui-ci comprend l'ensemble des commerces présents (actifs ou vacants) dans les périmètres commerciaux et uniquement les commerces de plus de 400 m² de surface de vente en dehors des périmètres.

Liège

Liens avec le SDT

*Sur base du relevé 2023

Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
 Surface de vente totale : **506.870 m²**
 Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**



Liège

Périmètres commerciaux

*Sur base du relevé 2023

Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
 Surface de vente totale : **506.870 m²**
 Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**

Périmètre(s)	Commerces actifs				Commerces vacants			
	Nombre	Surface totale de vente (m ²)	Surface moy. des cellules (m ²)	Part des grandes enseignes	Nombre	Surface totale de vente (m ²)	Surface moy. des cellules (m ²)	Taux de vacance
Belle-île	100	18.160	180	82 %	3	330	110	3 %
Bois-de-Breux	46	12.360	235	27 %	9	570	63	16 %
Boncelles	104	35.855	340	58 %	2	130	65	2 %
Bonne-Femme	25	6.020	183	14 %	19	2.010	106	43 %
Boulevard de l'Automobile	92	37.805	423	40 %	5	3.250	650	5 %
Bressoux	92	5.745	58	2 %	18	625	35	16 %
Chenee	87	15.430	156	10 %	39	4.230	109	31 %
Guillemins	147	18.410	118	19 %	23	1.710	74	14 %
Liege - Centre	1365	136.865	93	13 %	422	29.635	70	24 %
Longdoz - Mediacite	185	37.335	187	39 %	24	1.795	75	11 %
Outremeuse	232	15.990	64	7 %	95	4.915	52	29 %
Rocourt	247	84.675	318	41 %	29	3.005	104	11 %
Sainte Marguerite	47	2.965	55	4 %	38	1.675	44	45 %
Sainte-Walburge	46	2.555	53	7 %	11	435	40	19 %
Saint-Leonard	38	4.675	104	8 %	12	500	42	24 %
Saint-Nicolas	97	14.570	128	13 %	23	785	34	19 %
Total dans périmètres	2.950	449.415	152	21%	772	55.600	72	21%
Total hors périmètres	48	46.100	960	49%	5	5.400	1.080	9%
Total général	2.998	495.515	165	22%	777	61.000	79	21%

Le ou les périmètres repris dans ce tableau peuvent être localisés sur plusieurs communes. Cela explique pourquoi les totaux peuvent ne pas correspondre aux totaux de l'offre communale reprise en haut à droite de cette page.

Liège

Périmètres commerciaux

*Sur base du relevé 2023

Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
 Surface de vente totale : **506.870 m²**
 Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**

Périmètre(s)	Nombre de commerces		Répartition par surface de vente (en nombre)									
			Moins de 200 m ²		De 200 à 399 m ²		De 400 à 1.499 m ²		De 1.500 à 2.499 m ²		Plus de 2.500 m ²	
	actifs	vacants	actifs	vacants	actifs	vacants	actifs	vacants	actifs	vacants	actifs	vacants
Belle-ile	100	3	79	3	12	0	7	0	2	0	0	0
Bois-de-Breux	46	9	33	9	4	0	6	0	2	0	1	0
Bonnelles	104	2	56	2	15	0	29	0	2	0	2	0
Bonne-Femme	25	19	21	17	1	0	1	2	2	0	0	0
Boulevard de l'Automobile	92	5	49	2	10	1	28	1	4	1	1	0
Bressoux	92	18	89	18	0	0	3	0	0	0	0	0
Chenee	87	39	75	37	3	0	6	1	2	1	1	0
Guillemins	147	23	135	22	6	0	4	1	1	0	1	0
Liege - Centre	1365	422	1253	392	68	25	33	4	6	1	5	0
Longdoz - Mediacite	185	24	146	22	21	2	12	0	3	0	3	0
Outremeuse	232	95	223	92	5	2	3	1	1	0	0	0
Rocourt	247	29	170	25	31	3	38	1	4	0	4	0
Sainte Marguerite	47	38	44	38	1	0	2	0	0	0	0	0
Sainte-Walburge	46	11	44	11	2	0	0	0	0	0	0	0
Saint-Leonard	38	12	35	12	0	0	2	0	1	0	0	0
Saint-Nicolas	97	23	84	23	4	0	6	0	3	0	0	0

Total dans périmètres	2.950	772	2.536	725	183	33	180	11	33	3	18	0
Total hors périmètres	48	5	0	0	0	0	40	4	6	1	2	0

Total général	2.998	777	2.536	725	183	33	220	15	39	4	20	0
---------------	-------	-----	-------	-----	-----	----	-----	----	----	---	----	---

Le ou les périmètres repris dans ce tableau peuvent être localisés sur plusieurs communes. Cela explique pourquoi les totaux peuvent ne pas correspondre aux totaux de l'offre communale reprise en haut à droite de cette page.

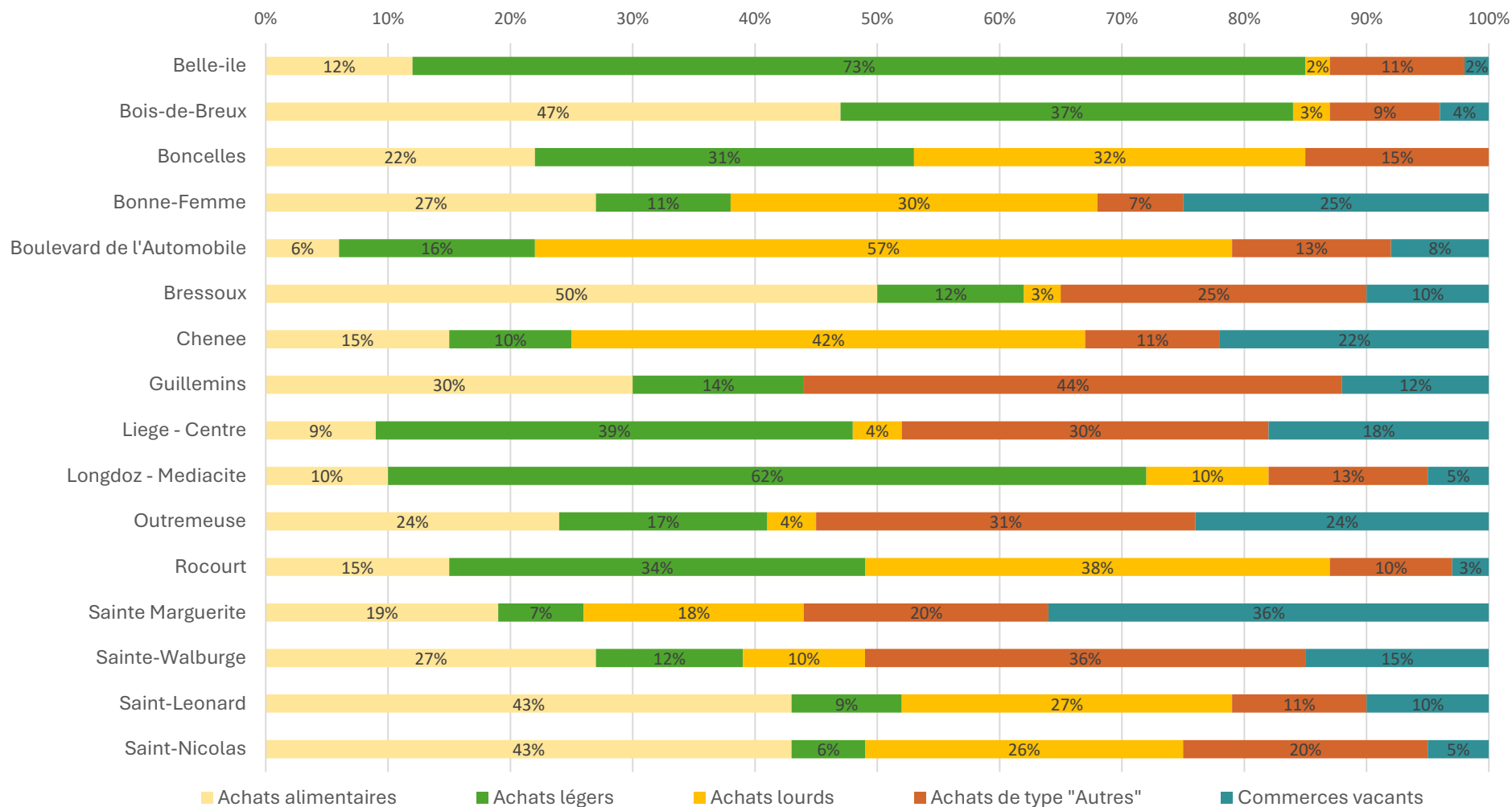
Liège

Périmètres commerciaux

*Sur base du relevé 2023

Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
 Surface de vente totale : **506.870 m²**
 Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**

Répartition par surface de vente par périmètre par catégorie d'achat



Liège

Comportements spatiaux

*Sur base du relevé 2023

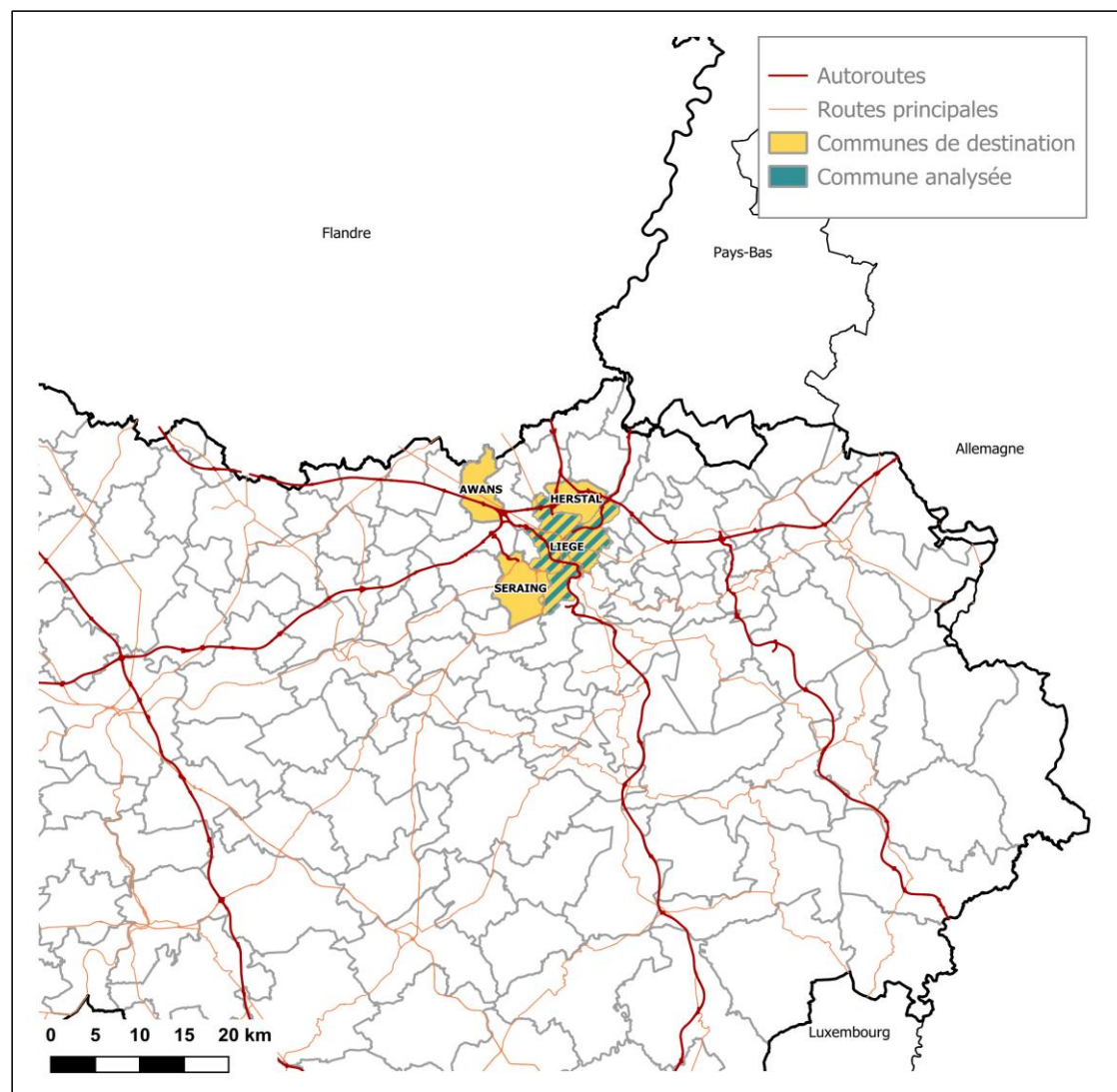
Nombre total de commerces* relevés : **3.622**
 Surface de vente totale : **506.870 m²**
 Surface de vente pour 1.000 habitants : **2.595 m²**

Destination par catégorie d'achat

	1e destination d'achats	2e destination d'achats	3e destination d'achats
Achats alimentaires	Liège	Herstal	Seraing
Achats légers	Liège	E-Commerce	Herstal
Achats lourds	Liège	Awans	Herstal

Evasion par catégorie d'achat

	Achats alimentaires	Achats légers	Achats lourds
Evasion totale hors de la Wallonie	0,4 %	2,8 %	0,8 %



Liège

Conclusions

Périmètres commerciaux	Description	Points de vigilance commerciale
Liege - Centre	Centre commerçant traditionnel généraliste de grande taille, localisé en milieu urbain très dense, doté d'une excellente accessibilité en transports en commun, composé d'un hypercentre dynamique et d'espaces péricentraux marginalisés → Le plus souvent moteur de l'agglomération commerciale.	Conserver voire relancer leur rôle de moteur commercial en Wallonie en favorisant leur attractivité régionale voire suprarégionale. Favoriser voire activer les actions immobilières permettant à ce type de périmètre de rester concurrentiel à l'échelle suprarégionale. Favoriser les implantations d'équipement léger tout en conservant leur caractère mixte. Travailler de manière spécifique sur les espaces marginalisés.
Chenee & Guillemins & Outremeuse	Centre commerçant traditionnel généraliste, localisé en milieu urbain très dense, doté d'une bonne accessibilité en transports en commun, caractérisé par une dynamique faible (taux de vacance élevé et part de grandes enseignes faible).	Pour conserver leur fonction structurante et assurer une mixité des fonctions au sein des centralités, une intervention publique ciblée est nécessaire : A l'externe – Éviter la concurrence suite au développement de nouveaux périmètres commerciaux A l'interne – Réaliser une investigation détaillée afin de dégager des pistes d'actions de relance de l'activité commerciale.
Bonne-Femme & Bressoux & Sainte-Marguerite & Sainte-Walburge & Saint-Leonard	Espace commerçant de petite taille centré (ou recentré) sur une activité de proximité, localisé en milieu urbain dense à très dense, doté d'une accessibilité en transports en commun le plus souvent bonne et caractérisé par une dynamique relativement faible.	Pour conserver leur fonction fondamentale de proximité une intervention publique ciblée s'avère parfois nécessaire notamment en réalisant une investigation détaillée afin de dégager des pistes d'actions de maintien (voire de relance) de l'activité commerciale.

Liège

Conclusions

Périmètres commerciaux	Description	Points de vigilance commerciale
Bois-de-Breux & Boncelles & Rocourt	Zone commerciale récente généraliste, localisée en milieu urbain dense, dotée d'une accessibilité en transports en commun moyenne, caractérisée par une dynamique forte (généralement peu de cellules vides et part de grandes enseignes élevée) → Le plus souvent soutien du centre principal d'agglomération.	Garantir le rôle de soutien de ce type de périmètre de manière équilibrée avec le centre principal de l'agglomération. Conserver un équilibre spatial de ce type de périmètres au sein des agglomérations. Limiter le développement de l'équipement léger si le périmètre se trouve hors centralité et s'il n'est pas doté d'une bonne accessibilité en transports en commun. Éviter le développement de ce type de périmètre en dehors des agglomérations.
Saint-Nicolas	Espace commerçant de taille modeste fonctionnant autour d'un ou plusieurs supermarchés rayonnants, localisé en milieu urbain dense à très dense, doté d'une accessibilité en transports en commun le plus souvent bonne et caractérisé par une dynamique relativement forte.	Éviter le développement de ce type de nodule en dehors des centralités. Limiter le développement de ce type de périmètre sur les noeuds forts du territoire soit les lieux dotés à la fois d'une bonne accessibilité voiture et d'une bonne accessibilité en transports en commun. Assurer une répartition spatiale équilibrée de ce type de périmètre au sein des agglomérations.
Boulevard de l'Automobile	Zone commerciale récente spécialisée dans l'équipement lourd, composée d'un nombre restreint de grands points de vente, dotée d'une accessibilité en transports en commun faible, caractérisée par une dynamique forte (généralement peu de cellules vides et part de grandes enseignes variable) → Le plus souvent complémentaire de l'offre existante.	Conserver la spécialisation en équipement lourd de ce type de périmètre c'est-à-dire éviter d'y développer de l'équipement léger. Favoriser une restructuration de ce type de périmètre le plus souvent développé de manière anarchique en ruban le long des axes. Limiter le développement des périmètres de ce type localisés hors centralité. Assurer une accessibilité et une mobilité en transports en commun et en modes actifs.

Liège

Conclusions

Périmètres commerciaux	Description	Points de vigilance commerciale
Belle-île & Longdoz - Mediacité	Espace commerçant planifié spécialisé dans l'équipement léger, doté d'une accessibilité en transports en commun très variable (d'excellente à faible), caractérisé par une dynamique très forte → Le plus souvent concurrentiel des centres traditionnels.	Éviter ce type de développement en dehors des centralités. Au sein des centralités, format et localisation de ce type d'équipement à calibrer, au cas par cas, en fonction du potentiel. Garantir le développement de ce type de périmètre en complémentarité avec celui du centre principal de l'agglomération. Assurer une accessibilité et une mobilité en transports en commun et en modes actifs.

Conclusions en lien avec les mesures du SDT

Limiter toute dispersion de l'activité commerciale au profit d'une densification des périmètres existants, particulièrement les périmètres de centre (SA3com.M4).

Privilégier le renforcement du périmètre commercial « Liège - Centre ». Encourager l'accueil de nouveaux porteurs de projets commerciaux dans les périmètres de densification commerciale afin d'y réduire notamment le taux de cellules commerciales vides (AI7.M6) .

Encourager la densification et les complémentarités des fonctions au sein des périmètres commerciaux récents (zones et parcs commerciaux) au sein de la centralité urbaine.

Veiller à maintenir la forte polarité du centre de Liège afin d'attirer des chalands sur de longues distances, en limitant notamment la multiplication des développements périphériques.

Assurer la complémentarité entre le centre-ville et les différents parcs commerciaux, éviter que ces derniers présentent une prédominance en équipement léger et favoriser l'intégration de fonctions complémentaires au commerce de détail.

Bassin d'achats alimentaires de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

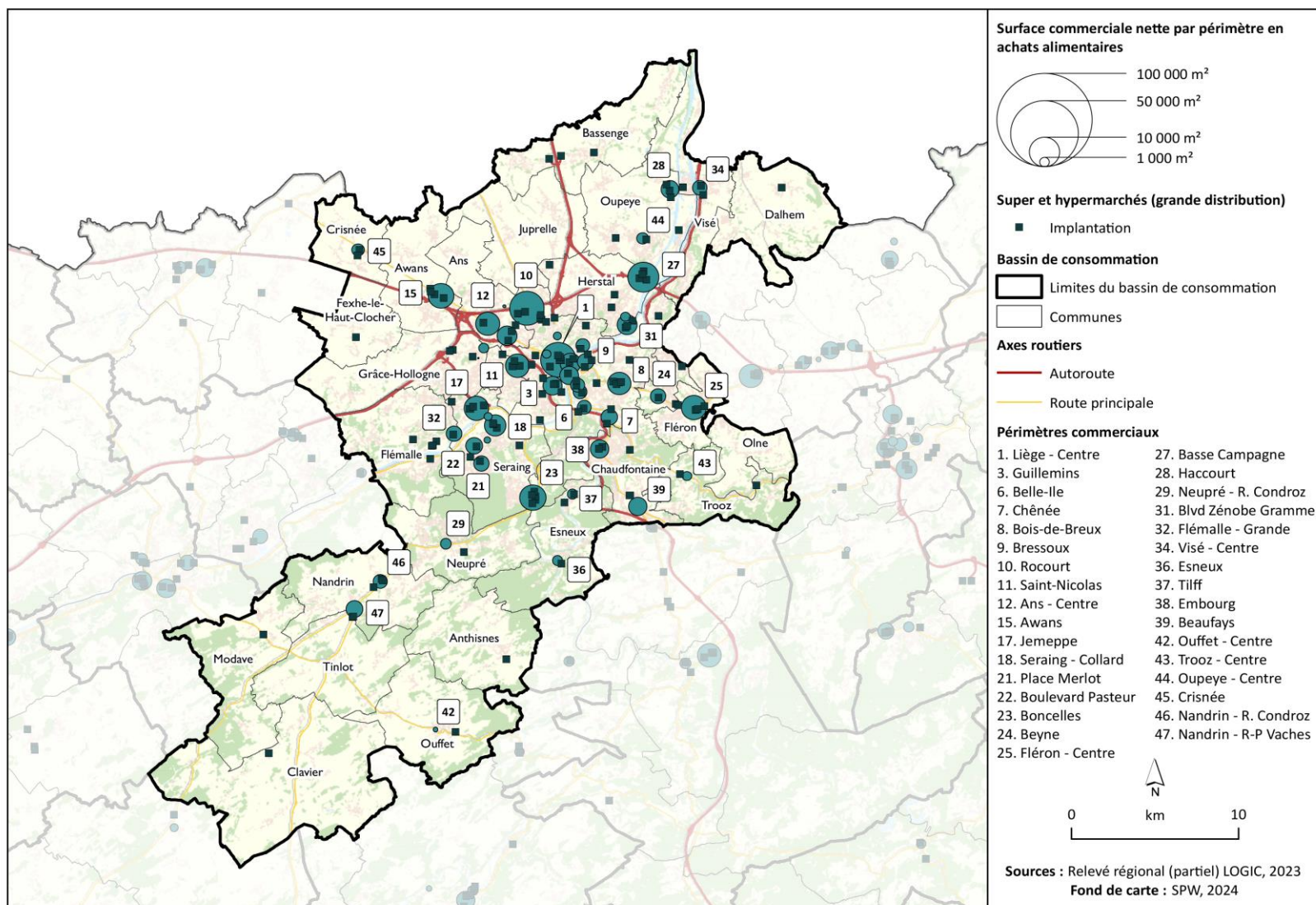
Clavier, Modave, Nandrin, Ouffet, Anthisnes, Tinlot, Ans, Awans, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Visé, Grâce-Hollogne, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Crisnée, Fexhe-le-Haut-Clocher

Indicateurs au regard du SDT	Valeur
Nombre de périmètres commerciaux en centralité	40
Nombre de périmètres commerciaux partiellement en centralité	5
Nombre de périmètres commerciaux hors centralité	2

Surface commerciale en achats alimentaires (m²) pour 1.000 habitants au sein du bassin : **396**

Surface commerciale en achats alimentaires (m²) pour 1.000 habitants en Région wallonne : **381**

Bassin d'achats alimentaires de Liège



Bassin d'achats alimentaires de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

Clavier, Modave, Nandrin, Ouffet, Anthisnes, Tintot, Ans, Awans, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Visé, Grâce-Hollogne, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Crisnée, Fexhe-le-Haut-Clocher

Évasion	Evasion totale	Evasion vers la Flandre	Evasion vers Région Bruxelles-Capitale	Evasion vers l'étranger	Part de l'e-commerce
Achats alimentaires	0,9%	0,1%	-	0,9%	0,3%

Constats

L'offre est concentrée dans les périmètres commerciaux et répartie sur l'ensemble du territoire. Chaque commune du bassin dispose d'une offre en achats alimentaires.

L'évasion commerciale est faible et a lieu en dehors de la Belgique. La part de l'e-commerce est faible.

Bassin d'achats légers de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

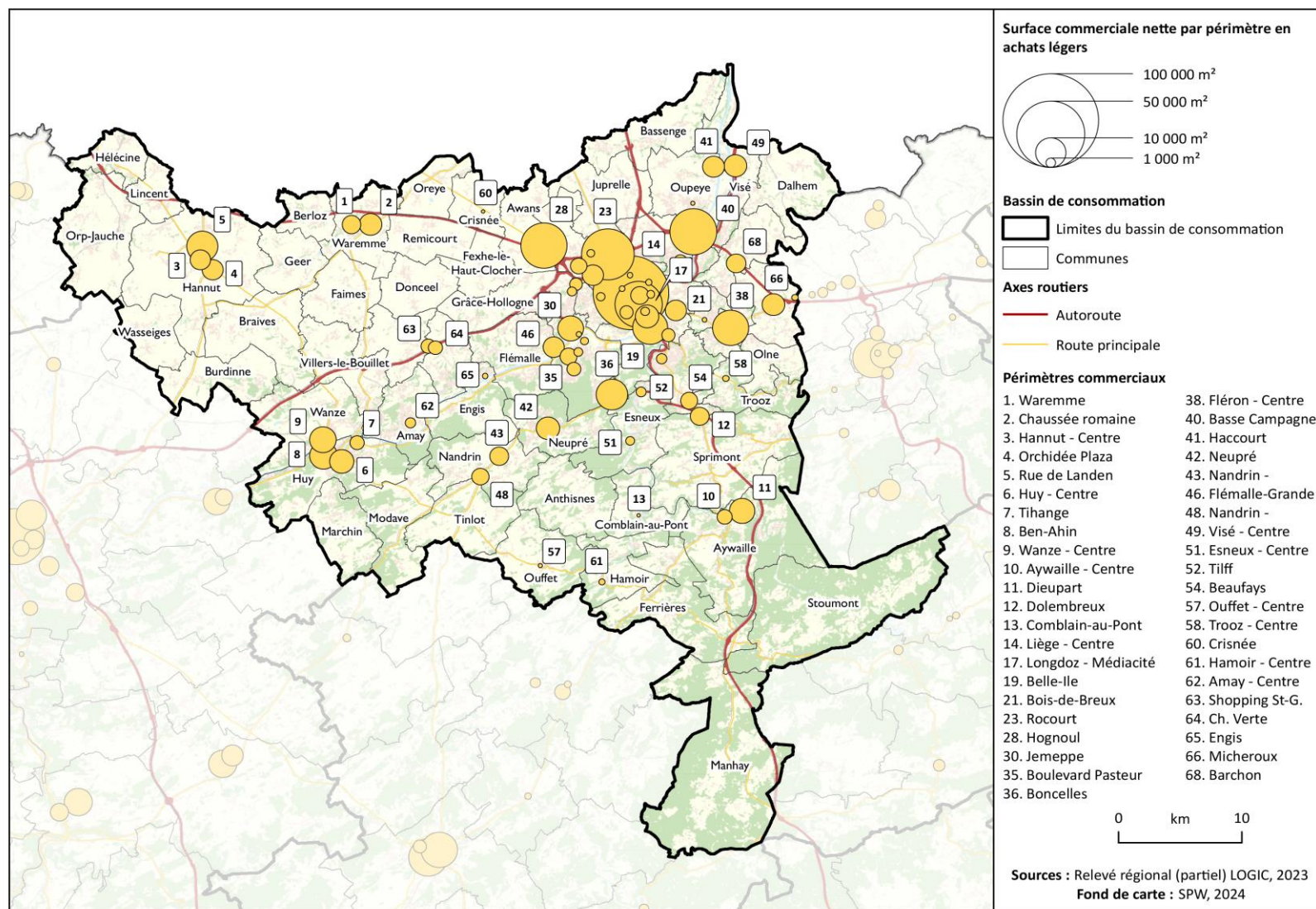
Hélécine, Orp-Jauche, Amay, Burdinne, Ferrières, Hamoir, Huy, Marchin, Modave, Nandrin, Ouffet, Verlaine, Villers-le-Bouillet, Wanze, Anthisnes, Engis, Tinlot, Ans, Awans, Aywaille, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Comblain-au-Pont, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Soumagne, Sprimont, Visé, Grâce-Hollogne, Blégny, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Stoumont, Berloz, Braives, Crisnée, Donceel, Fexhe-le-Haut-Clocher, Geer, Hannut, Lincent, Oreye, Remicourt, Saint-Georges-sur-Meuse, Waremmme, Wasseiges, Faimés, Manhay

Indicateurs au regard du SDT	Valeur
Nombre de périmètres commerciaux en centralité	50
Nombre de périmètres commerciaux partiellement en centralité	14
Nombre de périmètres commerciaux hors centralité	4

Surface commerciale en achats légers (m²) pour 1.000 habitants au sein du bassin : **471**

Surface commerciale en achats légers (m²) pour 1.000 habitants en Région wallonne : **460**

Bassin d'achats légers de Liège



Bassin d'achats légers de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

Hélécine, Orp-Jauche, Amay, Burdinne, Ferrières, Hamoir, Huy, Marchin, Modave, Nandrin, Ouffet, Verlainne, Villers-le-Bouillet, Wanze, Anthisnes, Engis, Tinlot, Ans, Awans, Aywaille, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Comblain-au-Pont, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Soumagne, Sprimont, Visé, Grâce-Hollogne, Blégny, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Stoumont, Berloz, Braives, Crisnée, Donceel, Fexhe-le-Haut-Clocher, Geer, Hannut, Lincent, Oreye, Remicourt, Saint-Georges-sur-Meuse, Waremmme, Wasseiges, Faimés, Manhay

Évasion	Evasion totale	Evasion vers la Flandre	Evasion vers Région Bruxelles-Capitale	Evasion vers l'étranger	Part de l'e-commerce
Achats légers	3,3%	0,8%	0,6%	1,8%	21,8%

Constats

L'offre est importante autour de Liège et dans les communes limitrophes. Ensuite, l'offre est dispersée dans de nombreuses communes du bassin avec quelques concentrations à Hannut, Waremmme, Huy et Aywaille.

L'évasion commerciale est légèrement présente. Elle a notamment lieu en dehors de la Belgique et dans une moindre mesure en Flandre. La part de l'e-commerce est élevée et similaire à celle des autres bassins du même type.

Bassin d'achats lourds de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

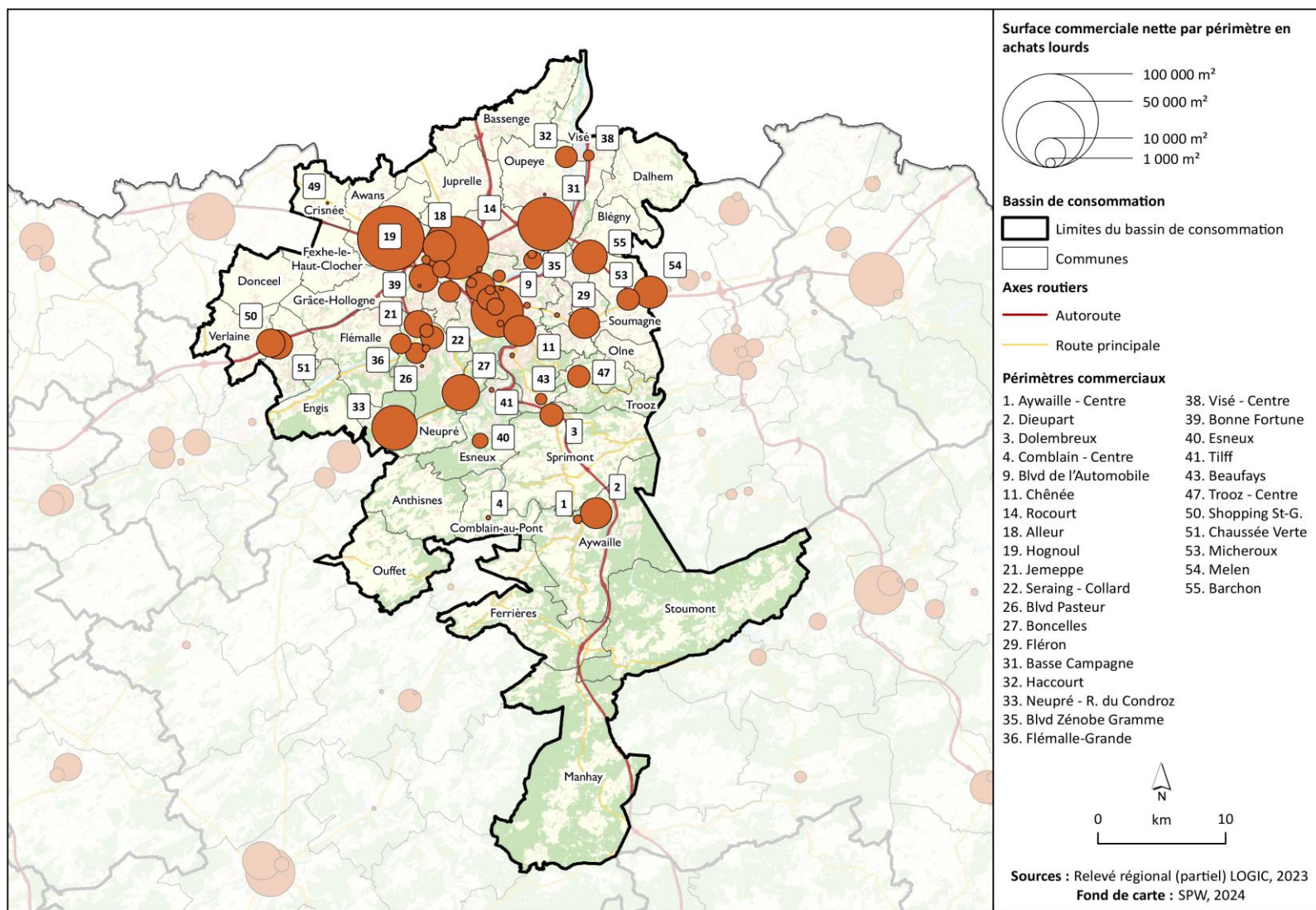
Ferrières, Ouffet, Verlaine, Anthisnes, Engis, Ans, Awans, Aywaille, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Comblain-au-Pont, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Soumagne, Sprimont, Visé, Grâce-Hollogne, Blégny, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Stoumont, Crisnée, Donceel, Fexhe-le-Haut-Clocher, Saint-Georges-sur-Meuse, Manhay

Indicateurs au regard du SDT	Valeur
Nombre de périmètres commerciaux en centralité	44
Nombre de périmètres commerciaux partiellement en centralité	9
Nombre de périmètres commerciaux hors centralité	2

Surface commerciale en achats lourds (m²) pour 1.000 habitants au sein du bassin : **520**

Surface commerciale en achats lourds (m²) pour 1.000 habitants en Région wallonne : **611**

Bassin d'achats lourds de Liège



Bassin d'achats lourds de Liège

Les communes reprises au sein de ce bassin :

Ferrières, Ouffet, Verlainne, Anthisnes, Engis, Ans, Awans, Aywaille, Bassenge, Beyne-Heusay, Chaudfontaine, Comblain-au-Pont, Dalhem, Esneux, Fléron, Herstal, Juprelle, Liège, Oupeye, Saint-Nicolas, Seraing, Soumagne, Sprimont, Visé, Grâce-Hollogne, Blégny, Flémalle, Neupré, Trooz, Olne, Stoumont, Crisnée, Donceel, Fexhe-le-Haut-Clocher, Saint-Georges-sur-Meuse, Manhay

Évasion	Evasion totale	Evasion vers la Flandre	Evasion vers Région Bruxelles-Capitale	Evasion vers l'étranger	Part de l'e-commerce
Achats lourds	1,4%	0,8%	0,1%	0,5%	4,7%

Constats

L'offre est importante et assez dispersée sur le territoire permettant de répondre aisément à la demande.

L'évasion commerciale est très légèrement présente et se fait principalement vers l'étranger et vers la Flandre. La part de l'e-commerce est légèrement plus faible par rapport aux autres bassins du même type.

Guide d'utilisation

Objectifs poursuivis par la fiche

L'objectif principal poursuivi par cette fiche est de **fournir des informations de base concernant l'offre commerciale de la commune étudiée**. Ces informations permettent de **caractériser le territoire considéré selon l'offre commerciale présente, sa typologie et sa localisation**. L'offre commerciale est par ailleurs analysée au regard d'un des outils principaux du SDT, à savoir les centralités. Enfin, des informations relatives aux comportements spatiaux des ménages renseignent sur leurs **destinations principales d'achats et sur l'évasion commerciale**.

La page de conclusions est conçue pour être claire et accessible, afin que **chaque utilisateur, même non spécialiste, puisse comprendre les bases des enjeux commerciaux de la commune étudiée**.

Ces fiches n'ont toutefois pas pour vocation de remplacer une stratégie commerciale locale qui prendrait en compte l'ensemble des variables spécifiques du territoire et proposerait des actions opérationnelles. Ce type d'analyse peut être intégré aux futurs SDC via le volet commerce.

A la suite des informations concernant la commune étudiée, viennent **trois fiches supplémentaires concernant les 3 types de bassins de consommation** auxquels appartient la commune. Un bassin de consommation est défini comme un territoire au sein duquel la population résidente effectue l'essentiel de ses achats, par type. La Wallonie est donc scindée en bassins de consommation pour les achats alimentaires (52), légers (20) et lourds (30). Ces fiches sur les bassins ont pour but de replacer la commune dans un contexte plus large et de comprendre les complémentarités avec l'offre commerciale des communes voisines. Elles permettent de mieux cerner les dynamiques commerciales à l'échelle des bassins et pour chaque type d'achat. Elles mesurent également l'évasion commerciale hors de Wallonie, vers la Flandre, vers la région de Bruxelles-Capitale et vers l'étranger (c'est-à-dire en dehors de la Belgique). La part d'e-commerce est également indiquée.

Guide d'utilisation

Source des données

Les chiffres des fiches communales et des bassins proviennent d'un relevé réalisé par le SEGEFA en 2023. Ce relevé, bien que détaillé, n'est pas exhaustif et a été mené de la manière suivante :

- **L'ensemble des commerces situés dans les périmètres commerciaux a été recensé. Un commerce est un local commercial accessible au client particulier (commerce actif) ou un local commercial vacant (commerce vacant). Afin de pouvoir être qualifié de périmètre commercial, un ensemble de commerces doit répondre géométriquement et quantitativement à trois critères :**

Critères	Espace commercial traditionnel	Espace commercial récent
Taille	50 points de vente ou 20 points de vente et 3 000 m ² de surface de vente totale	3 000 m ² de surface de vente totale
Continuité	Moins de 5 rez-de-chaussée entre 2 points de vente successifs	Moins de 250 m entre 2 points de vente successifs
Densité	10 commerces / 100 mètres	10 commerces / 500 mètres

Source : SEGEFA-ULiège, 2023

Pour les communes rurales peu équipées, le critère de taille a été abaissé à 25 commerces pour les espaces commerciaux traditionnels (afin que les centres des petites villes rurales et des villages puissent être intégrés aux campagnes de relevé).

En dehors de ces périmètres, seuls les commerces de plus de 400 m² de surface de vente ont été recensés. Selon ces critères (2023), certaines communes ne disposent pas d'informations concernant leur offre commerciale. Ces informations seront complétées à partir de 2024, suite à l'introduction des centralités et la réforme du SDT, et chaque commune disposera d'au moins un périmètre recensé de manière exhaustive. Les commerces en dehors des périmètres seront relevés à partir de 200 m² de surface de vente.

Ces périmètres constituent une première base sur laquelle chaque commune peut se baser pour déterminer, en lien avec la définition reprise dans le SDT et lors de l'élaboration d'un SDC, quels périmètres peuvent devenir des périmètres de densification commerciale. Lors de l'identification des périmètres de densification commerciale, il peut également être pertinent de revoir les délimitations du périmètre concerné.

Guide d'utilisation

Lexique

Achats alimentaires : Il s'agit des biens dont la fréquence d'achat est élevée. Dans cette catégorie se retrouvent les commerces d'alimentation (supermarchés, supérettes, épicerie, boulangerie, boucherie, traiteur, produits surgelés, ...) ainsi que les commerces proposant des produits d'hygiène et d'entretien courant.

Achats légers : Il s'agit essentiellement de commerces relatifs à l'équipement de la personne (vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps, etc.), à l'équipement de la maison pour les produits légers (articles de ménage et décoration) et aux loisirs pour des produits légers (sport, librairie, multimédia, etc.)

Achats lourds : Il s'agit essentiellement de commerces relatifs à l'équipement de la maison pour des produits lourds (meublier, appareils électroménagers, bricolage) et aux loisirs pour des produits lourds (transport, gros équipements de sport, camping, animaux).

Achats autres : Ce secteur reprend l'horeca (restauration, brasseries, cafés et hébergements) et les services à caractère commercial : services financiers (banques, assurances, mutuelles, etc.), services professionnels (agences intérimaires, agences immobilières, fournisseurs télécoms, etc.), services de loisirs (agences de voyage, cinémas, agences de paris, etc.), services à la personne (salons de coiffure et de beauté, salon de tatouage, nettoyage à sec, etc.) et services liés aux transports (stations-services, car wash, etc.).

Commerce actif : Local commercial accessible au client particulier.

Commerce vacant : Local commercial vacant et disponible sur le marché (en location ou à vendre).

Grandes enseignes : Enseignes nationales qui disposent d'au moins un point de vente dans deux provinces différentes, et enseignes internationales.

Surface de vente : Surface accessible au client. Cette surface est estimée et ne peut donc pas être directement comparée avec la surface commerciale nette telle que reprise sur base de plans dans les demandes de permis par exemple?

Evasion commerciale : L'évasion du pouvoir d'achats correspond à la part de la population wallonne qui ne fait pas ses achats sur le territoire considéré.

E-commerce : L'e-commerce correspond à un acte d'achat sur internet, qu'il soit effectué auprès d'une plateforme de vente en ligne spécialisée ou non, et qui ne nécessite pas le déplacement du client vers un commerce physique (livraison directe).

Guide d'utilisation

Fiche par commune – Indicateurs

Plusieurs types de données et d'indicateurs sont utilisés afin de réaliser un diagnostic complet et adéquat, à l'échelle communale. Chaque donnée utilisée, ainsi que les explications nécessaires pour chacune de celles-ci, sont reprises ci-dessous par ordre d'apparition dans les fiches.

NB : De manière générale dans la fiche, les sommes des pourcentages peuvent ne pas correspondre en raison de l'utilisation de nombres arrondis.

○ **Offre :**

Toutes ces données proviennent du recensement commercial effectué par le SEGEFA en 2023 (voir page précédente).

- Nombre total de commerces relevés et leur localisation (cartographie). Le terme point de vente a été utilisé sur la cartographie. Il correspond au terme commerce tel que défini dans le cadre de ces fiches.
- Surface de vente totale (commerces actifs et vacants)
- Surface de vente (commerces actifs et vacants) pour 1.000 habitants
 - Ces 3 indicateurs sont présents sur chaque feuille afin de permettre la consultation des différents indicateurs et infographies en lien avec la taille de l'appareil commercial.
- Commerces actifs (nombre, part et type) et commerces vacants (nombre et part)
- Répartition des superficies commerciales par catégorie d'achats et surfaces vacantes

Le taux de vacance en Région wallonne est donné afin de remettre le taux de vacance communale en contexte. La vacance commerciale varie fortement d'un périmètre à l'autre. Il est donc nécessaire de s'intéresser au taux de vacance par périmètre (voir ci-après).

○ **SDT :**

- Cartographie des centralités. Cette cartographie reprend également les points de vente et les périmètres commerciaux afin de pouvoir visuellement mettre ces 3 éléments en relation.

NB : la cartographie des centralités n'existe pas pour les communes germanophones qui ne sont pas concernées par le SDT.

- Les informations détaillées concernant les périmètres commerciaux sont données dans les pages suivantes.

Guide d'utilisation

Fiche par commune – Indicateurs

Plusieurs types de données et d'indicateurs sont utilisés afin de réaliser un diagnostic complet et adéquat, à l'échelle communale. Chaque donnée, ainsi que les explications nécessaires pour chacune de celles-ci, sont reprises ci-dessous par ordre d'apparition dans les fiches.

○ **Périmètres commerciaux :**

Pour rappel sur les périmètres commerciaux, voir deuxième page du guide d'utilisation.

- Commerces actifs : nombre, surface totale de vente, surface moyenne des cellules, part des grandes enseignes (voir glossaire)
- Commerces vacants : nombre, surface moyenne des cellules, taux de vacance

→ De manière générale, un taux de vacance bas et une part élevée de grandes enseignes témoignent de la bonne vitalité du périmètre concerné.

Un taux de vacance supérieur à 13,7 % (moyenne régionale) doit particulièrement attirer l'attention.

- Répartition par surface de vente

→ Ce tableau permet de caractériser l'appareil commercial. Il permet également d'identifier le nombre de commerces qui pourraient être concernés par l'abaissement du seuil de demande de permis d'urbanisme avec implantation commerciale (actuellement de 400m² il peut être abaissé à 200m² via délibération du conseil communal).

- Répartition par type d'achats

→ Tous ces indicateurs sont donnés :

- Par périmètre
- De manière agrégée pour l'ensemble des périmètres
- Pour les commerces situés en dehors des périmètres
- Pour l'ensemble des commerces relevés sur le territoire de la commune analysée

Guide d'utilisation

Fiche par commune – Indicateurs

Plusieurs types de données et d'indicateurs sont utilisés afin de réaliser un diagnostic complet et adéquat, à l'échelle communale. Chaque donnée, ainsi que les explications nécessaires pour chacune de celles-ci, sont reprises ci-dessous par ordre d'apparition dans les fiches.

○ **Comportements spatiaux :**

- Destination par catégorie d'achats
 - Le tableau de destination par catégorie d'achats renseigne sur la destination la plus fréquentée par les habitants de la commune concernée pour le type d'achats concernés. Ce tableau est accompagné d'une cartographie qui permet de visualiser les communes de destinations ainsi que les régions frontalières.
- Evasion par catégorie d'achats
 - Le tableau d'évasion par catégorie d'achats renseigne sur l'évasion du pouvoir d'achats, c'est-à-dire la part de personnes de la commune concernée qui ne font pas leurs achats au sein de la Wallonie.

Guide d'utilisation

Fiche par commune – Conclusions

La page de conclusions est scindée en 2 parties :

1. Description et points de vigilance commerciale concernant les périmètres commerciaux identifiés sur le territoire communal.

→ Ce premier point donne une indication sur les types de périmètres présents sur le territoire communal et sur les points de vigilance commerciale qui y sont liés. Ceux-ci ont pour objectif d'attirer l'attention sur des éléments importants à prendre en compte lors de l'élaboration d'un SDC et lors de la délivrance de permis d'urbanisme avec implantation commerciale.

2. Conclusions en lien avec les mesures du SDT

→ Les conclusions sont formulées sous forme de recommandations en termes de développement commercial. Ces recommandations sont formulées en lien avec les mesures reprises dans le SDT et concernant les implantations commerciales et l'attractivité des territoires.

NB : les liens directs avec le SDT ont été supprimés dans le cas des communes germanophones qui ne sont pas concernées par le SDT.

Guide d'utilisation

Bassins – Indicateurs

Un bassin de consommation est un territoire au sein duquel la population résidente effectue l'essentiel de ses achats. Trois types de bassins sont définis pour chacun des types d'achats considérés : alimentaires, légers et lourds.

Plusieurs types de données et d'indicateurs sont utilisés afin de réaliser un diagnostic complet et adéquat, à l'échelle des bassins. Chaque donnée, ainsi que les explications nécessaires pour chacune de celles-ci, sont reprises ci-dessous par ordre d'apparition dans les fiches.

○ Indicateurs au regard du SDT :

- Nombre de périmètres et localisation au regard des centralités

Ces périmètres sont classés selon qu'ils se trouvent en centralité, hors centralité ou partiellement en centralité. Cela permet d'identifier dans quelle mesure l'appareil commercial principal de la commune est localisé en centralité ou pas. Quand un bassin est constitué de communes germanophones, vu qu'il n'y a pas de centralités pour ces territoires, le nombre de périmètre non repris (partiellement) en centralité est de facto plus élevé.

○ Surface commerciale pour 1.000 habitants

→ Cet indicateur est donné par bassin et pour la Région wallonne. Il permet de remettre cette donnée dans un contexte plus global et ne constitue en aucun cas un objectif à atteindre.

○ Cartographie du bassin et des périmètres qui y sont localisés

→ Les symboles proportionnels renseignent sur la taille de l'appareil commercial de chaque périmètre

○ Tableau d'évasion

→ Le tableau d'évasion commerciale renseigne sur l'évasion du pouvoir d'achats, c'est-à-dire la part de personnes du bassin concerné qui font leurs achats ailleurs qu'en Wallonie. Cette part est détaillée pour l'évasion vers la Flandre, vers la RBC et vers l'étranger. Cela ne concerne que le type d'achats concerné par la fiche. L'évasion totale peut ne pas correspondre exactement à la somme des évasions en raison de l'utilisation de nombres arrondis.

○ Part de l'e-commerce

→ La part de l'e-commerce renseigne sur la part de personnes du bassin concerné qui font principalement leurs achats en ligne. Cela ne concerne que le type d'achats concerné par la fiche.

Bassins – Constats

Les constats traduisent les données présentées afin de faciliter leur compréhension par le lecteur.