Afin de permettre à l’autorité publique de répondre de manière adaptée aux enjeux en matière de gestion des implantations commerciales introduits par l’adoption du nouveau Schéma de Développement du Territoire (SDT) et à l’actualisation du Code du Développement Territorial (CoDT), le précédent ministre de l’Économie a chargé l’Administration wallonne d’organiser un marché public consistant à élaborer un diagnostic multiscalaire de l’appareil commercial wallon. Ce diagnostic multiscalaire s’intéresse d’une part à l’état du commerce wallon d’un point de vue régional, et fournit d’autre part un commerce analyse à l’échelle de chaque commune du territoire wallon sous la forme de fiches disponibles sur le géoportail de Wallonie (WalOnMap[[1]](#footnote-1)).

Le commerce est une fonction socio-économique importante de notre région. Il s’agit d’un important pourvoyeur d’emplois (en 2023, selon l’ONSS, 12,1% des travailleurs employés en Belgique travaillaient dans ce secteur). Il permet à de nombreuses personnes d’expérimenter un premier emploi et offre davantage de possibilités que d’autres secteurs. Il permet à la population de se fournir en une gamme étendue de produits de consommation accessibles et abordables. Fonction induite, il est un marqueur de la dynamique de nos territoires. Fonction vivante, il est sensible aux mutations de nos sociétés. Sa présence dynamise d’autres secteurs, comme l’HoReCa et les loisirs, et assure l’animation des centralités en améliorant la qualité de vie dans les quartiers et le sentiment de sécurité.

Le commerce a de tout temps existé dans nos sociétés, sa présence a structuré nos espaces urbains et ruraux. Le secteur a néanmoins connu d’importants bouleversements depuis les années 1960. Le développement des banlieues a transformé les structures urbaines et commerciales, répondant ainsi aux besoins d'une population motorisée et marquant un changement dans les modes de vie. La fonction commerciale a quitté les centralités urbaines et villageoises et s’est établie en périphérie. Ainsi, de nouvelles formes d’implantations commerciales (parcs commerciaux, centres commerciaux, “boîtes à chaussures”) sont apparues sur le territoire wallon. Cette croissance très importante du commerce périphérique a eu un effet considérable sur les centralités. Aujourd’hui, la majorité de ces dernières est désormais en déclin avancé, caractérisés par un taux élevé de vacance commerciale et une transformation active des cellules vides vers des usages non commerciaux comme les logements, les bureaux, les cabinets, professions libérales, services, etc.

Cette situation a poussé les autorités publiques à cadrer le développement du commerce à travers plusieurs législations. Historiquement, la gestion des implantations commerciales d’un pays ou d’une région s’est organisée selon deux paradigmes : logique aménagiste *versus* liberté d’installation. Les lois fédérales de 1975 (“loi cadenas”) et de 2004 (“loi Ikea”) ont régi le développement commercial en Wallonie pendant des décennies. Pendant les années 2000 et 2010, la Wallonie a plutôt privilégié la liberté d’implantation et le développement économique, en s’alignant sur la Directive Services de 2006[[2]](#footnote-2). Ceci a donné lieu à davantage de développements de grandes surfaces commerciales en périphérie, avec un impact non négligeable sur les centres-villes.

A partir de 2015, à la suite de la réforme de l’État de 2014 transférant la compétence de la régulation du commerce aux Régions, la Wallonie a choisi d’adopter une réglementation spécifique pour les implantations commerciales en instaurant un régime de planification et d’autorisation. Bien que cette législation fût plus stricte que les précédentes, le secteur a fini par s’adapter. Les instances locales n’ont pas toujours été en mesure de suivre les principes du décret et les avis des instances régionales. Après une période d’appropriation de cette nouvelle réglementation, le nombre de demandes de permis a progressivement augmenté chaque année. Une nouvelle étape est aujourd’hui inscrite dans la législation régionale avec l’adoption de la révision du Schéma de Développement du Territoire (SDT) et la réforme du Code du Développement Territorial (CoDT) : l’intégration de la fonction commerciale dans l’aménagement du territoire.

L’étude constate que la Belgique est l'un des pays d’Europe avec la plus grande surface de vente nette par habitant (1,66 m²/habitant en 2019). Les analyses macro-économiques révèlent une suroffre commerciale par rapport à ses voisins, notamment en Wallonie. En effet, l’analyse du taux d’équipement commercial par habitant démontre une certaine saturation de l’espace commercial en Belgique.

En 2024, la Wallonie comptait 37.701 cellules commerciales pour une surface commerciale nette totale de près de 7,5 millions de mètres carrés. Onze pourcents de cette surface est inoccupée (cellules vides). Vingt pourcents sont de l’alimentaire, 24% du léger et 32% du lourd. L’HoReCa et les services commerciaux représentent respectivement 5% et 8% du total relevé.

En nombre absolu, l’équipement léger est le domaine le plus représenté avec le nombre le plus élevé de points de vente dans le relevé régional. L’HoReCa et les services commerciaux sont les deux autres domaines les plus représentés avec plus de 6.000 points de vente actifs. Les cellules vides représentent 18% des points de vente relevés.

L’étude démontre que depuis 2021, l’offre commerciale wallonne semble avoir atteint un plafond : les périmètres commerciaux attractifs continuent de se maintenir, tandis que les espaces marginalisés connaissent un déclin. Entre 2022 et 2024, le nombre de cellules commerciales, incluant les commerces actifs et vides, est en diminution, avec une baisse marquée du nombre de points de vente dans les centres traditionnels, tandis qu'il reste stable au sein des périmètres périphériques. Le nombre absolu de cellules vides, particulièrement dans les centres d’agglomération n’augmente plus, voire tend à se réduire. Ce constat contraste avec la croissance soutenue observée au cours des années 2010, principalement portée par les périmètres commerciaux périphériques. Le début des années 2020 est marqué par une nouvelle tendance lourde : la réduction du stock en cellules commerciales, particulièrement au sein des centres traditionnels. Ce phénomène ne traduit pas fondamentalement une amélioration de la situation commerciale car le taux de vacance reste régulièrement supérieur à 20 % au sein de nombreux périmètres commerciaux wallons. Cette évolution est préoccupante : l’offre immobilière en locaux commerciaux se réduit globalement, notamment dans les centres urbains traditionnels, mais la part relative restant vide reste la même et ne parvient pas à être comblée. Ces locaux commerciaux sont reconvertis vers des fonctions non-commerciales telles que les services ou l’HoReCa voire sont transformés en logement. Les centres urbains sont donc en pleine mutation et la place historiquement occupée par le commerce de détail y est en régression, soulignant une réorientation des espaces commerciaux et un besoin de réévaluation des stratégies d'aménagement urbain.

Cette saturation de l’offre commerciale se matérialise également dans l’analyse des chiffres d’affaires du commerce de détail. Depuis une quinzaine d'années, ce dernier stagne en Belgique. Pourtant, les surfaces nettes de vente n’ont cessé d’augmenter. Cela signifie que les nouvelles surfaces commerciales se développent au détriment de la concurrence existante et de leur chiffre d’affaires. À cela s’ajoute une vacance commerciale en hausse (tant en nombre de points de vente qu’en termes de surface nette), ce qui montre que l’implantation de nouvelles surfaces commerciales ne se fait pas prioritairement dans les espaces vacants. Ce constat était déjà relevé dans l’Atlas du Commerce de 2014[[3]](#footnote-3) ayant servi à l’élaboration du Schéma Régional de Développement Commercial (SRDC) abrogé en 2024 et remplacé par le SDT. Le commerce de détail participe donc à l’artificialisation des terres et à l’étalement urbain tandis que le souhait des autorités européennes et wallonnes à travers le nouveau SDT est de parvenir à un arrêt de l’artificialisation nette des terres d’ici 2050.

Ces importantes mutations économiques surviennent alors que ces dix dernières années ont vu les habitudes des consommateurs se transformer. La croissance rapide des ventes en ligne a modifié les habitudes de consommation, permettant aux consommateurs d’acheter presque tout, à tout moment et de n’importe où.

Une partie de plus en plus importante de la population privilégie une consommation responsable, en favorisant les produits durables, éthiques et respectueux de l’environnement. Les consommateurs exigent également plus de transparence de la part des entreprises concernant la provenance des produits, les conditions de travail et l’impact environnemental. Une part de la société qui fait également croître l’industrie du bien-être et fait la part belle aux loisirs, à la santé, au sport et la remise en forme. Cette évolution influence directement le commerce de détail, en incitant les consommateurs à privilégier l'usage temporaire ou le partage plutôt que l'achat définitif. Pour les commerçants, cela se traduit par un besoin croissant de réinventer leurs offres et modèles d'affaires pour répondre à une clientèle de plus en plus attirée par des solutions flexibles, économiques et respectueuses de l'environnement. L'économie du partage en Wallonie, en renforçant les pratiques collaboratives, pousse ainsi le commerce local à s'adapter à ces nouvelles attentes pour rester compétitif.

Enfin, le vieillissement accru de la population, la diminution de la taille des ménages et les disparités socio-économiques croissantes, impactent la manière de consommer et les dépenses. Ces différents éléments transforment la logique d’implantation des commerces et donc la géographie commerciale de la Wallonie. Cette transition lente et modérée se traduit d’ores et déjà dans certaines formes de commerces tels que les pop-up stores, les magasins partagés, la seconde main, l’intérêt pour les magasins bio, la « showroomisation » des points de vente, le web-to-store, etc.

1. <https://geoportail.wallonie.be/catalogue/aa59b680-4784-4c27-b90c-963568f945e2.html>  [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32006L0123> [↑](#footnote-ref-2)
3. Atlas du commerce en Wallonie, 2014. Presse universitaires de Liège : Guénaël Devillet, Mathieu Jaspard, Juan Vasquez Parras, ULg-SEGEFA. [↑](#footnote-ref-3)