



atrium.brussels 

agence régionale du commerce
gewestelijk handelsagentschap



LES MARCHÉS À BRUXELLES PLEIN BOOM

3 FOIS PLUS DE MARCHÉS EN 50 ANS

Dossier de presse — 19 juin
2017

Introduction

Véritables locomotives de l'attractivité économique et vecteurs de renforcement de l'identité des quartiers commerçants, les marchés ont de plus en plus la cote en Région bruxelloise. 92 marchés investissent chaque semaine le territoire régional. Ces 5 dernières années, leur nombre a ainsi augmenté de 20% à Bruxelles. Mieux : une majorité de commerçants constate une augmentation de la fréquentation de leur quartier les jours de marché. En outre, les marchés sont d'excellents pourvoyeurs d'emploi.

À la demande du Ministre bruxellois de l'Économie et de l'Emploi Didier Gosuin, l'Agence régionale du Commerce Atrium.Brussels et l'ULB ont réalisé l'étude « Pourquoi & Comment mieux penser les marchés à Bruxelles » pendant plus d'1 an auprès de 1781 clients et 425 ambulants bruxellois, sur 28 marchés de la capitale. Résultat : un guide de plus de 150 pages pour conseiller et accompagner la création et la redynamisation des marchés bruxellois.

Le boom des marchés bruxellois

Les marchés affichent aujourd'hui une progression impressionnante. Les lieux de marché à Bruxelles sont ainsi passés de 23 en 1967 à 66 en 2017, soit presque trois fois plus en cinquante ans. Un essor qui ne s'essouffle pas : ces 5 dernières années, 15 nouveaux marchés ont été lancés.

Si les marchés marquent ainsi leur retour en grâce après une longue période de déclin, c'est notamment car la demande pour ce type de commerce augmente elle aussi. Selon une enquête menée par Atrium.Brussels, 8 Bruxellois sur 10 fréquentent un marché au moins une fois par mois et 4 sur 10 le font chaque semaine.

Les raisons d'un come-back

Trois changements dans les habitudes de consommation expliquent ce come-back. Tout d'abord, il s'agit d'une prise de conscience globale du mieux acheter et du mieux manger. Le succès progressif de l'alimentation responsable, bio, durable et des circuits-courts renforce l'attrait des Bruxellois pour les marchés, ces lieux d'échanges directs, de traçabilité et de dialogue entre producteurs et acheteurs.

Ensuite, on observe, principalement en ville, un bouleversement dans la temporalité de consommation auquel le marché, mieux peut-être que le commerce sédentaire, a pu s'adapter. En se déplaçant de l'après-midi au soir et de la semaine au week-end, le marché s'accommode aux évolutions temporelles de ses clients, dont la tectonique des heures de travail et - de facto - des heures d'achat a largement glissé ces dernières décennies.

Enfin, si le boom de la grande distribution a, un temps, prédit l'obsolescence du marché, il est ironique de constater que ce dernier séduit aujourd'hui en œuvrant à la ré-humanisation des échanges commerciaux. Face aux supermarchés et commerces en ligne, le marché se réinvente, tel un événement, un moment de fête et un lieu de convivialité.

Une tendance à accompagner

La renaissance des marchés apparaît aujourd'hui comme l'une de ces nouvelles formes de commerce qu'il importe d'accompagner. Non seulement les marchés répondent aux besoins et aux aspirations des clients bruxellois, mais ceux-ci constituent par ailleurs un levier particulièrement efficace en termes dynamisation sociale, d'innovation, de développement économique et territorial. Il importe donc de pouvoir accompagner cette tendance et ses acteurs et anticiper ses futures évolutions.

Quels sont les atouts des marchés ?

Ces dernières années, les Bruxellois redécouvrent le plaisir du marché. En effet, ils ont de plus en plus la cote, non seulement auprès des habitants mais également auprès des communes : aujourd'hui, chaque commune voit dans l'installation d'un marché une manière de redynamiser son tissu économique. L'étude d'Atrium.Brussels et de l'ULB met en lumière les 6 atouts principaux des marchés.

1. Un moteur économique : 6.195 entreprises ambulantes

Aujourd'hui la Belgique compte un total de 6.195 entreprises actives dans le secteur du commerce ambulant (statistiques établies sur base du contenu de la Banque-Carrefour des Entreprises) : 859 à Bruxelles, 3.411 en Flandre et 1.925 en Wallonie. Il est intéressant de voir qu'en Région de Bruxelles-Capitale, le nombre d'entreprises de ce secteur a augmenté de 14,9% et de 16,3% en Wallonie, entre 2008 et 2015, alors qu'en Flandre cette augmentation n'est que de 3,5%.

La très grande majorité de ces entreprises sont de très petite taille et ne comptent aucun salarié (92,67%).

Les communes de Bruxelles-Ville, d'Anderlecht et de Molenbeek-Saint-Jean sont celles qui accueillent le plus de commerces ambulants en Région bruxelloise.

2. Un vecteur d'emploi : plus de 800 marchands ambulants indépendants à Bruxelles

En 2015, l'INASTI recense 821 indépendants à Bruxelles dans la sous-catégorie « Marchands ambulants – Colporteurs ». Pour toute la Belgique, ce chiffre s'élève à 7.349. L'étude montre que depuis 2000 à Bruxelles, le nombre d'indépendants dans cette sous-branche est en significative augmentation. En effet, si l'évolution à l'échelle nationale est de 4% (passant de 7069 en 2000 à 7349 en 2015), l'effectif à Bruxelles a augmenté de 59% en 15 ans (passant de 515 en 2000 à 821 en 2015).

3. Une locomotive commerciale

Bien que les marchés puissent paraître comme menaçants pour les commerces sédentaires, ils ne sont pas forcément concurrents. 88,8 % des chalandiers considèrent qu'un marché augmente l'attractivité du quartier dans lequel il se trouve. En effet, en fonction des produits proposés par le marché, celui-ci peut attirer une nouvelle clientèle, qui ne serait jamais venue dans le quartier auparavant. La fréquentation d'un quartier peut donc augmenter, au bénéfice de l'ensemble des acteurs

économiques. Il serait donc plus pertinent de qualifier la relation entre commerces sédentaires et commerces ambulants comme complémentaire plutôt que concurrentielle. Une approche « win-win » que les commerçants bruxellois ont bien comprise. Ils sont 63% à estimer que l'ambiance du quartier est plus positive les jours de marchés. 58,6% d'entre eux constatent une augmentation de la fréquentation du quartier et sont même 33,8% à enregistrer un nombre de clients plus élevé ce jour-là.

Enfin, l'enquête révèle que 75,6% des commerçants interrogés considèrent que les marchands ambulants ne concurrencent pas leur commerce.

4. Un moteur de dynamisation sociale

Aujourd'hui, le marché signifie bien plus qu'aller faire les courses près de chez soi. Véritables lieux propices aux rencontres, les marchés constituent des lieux d'approvisionnement avec une dimension de convivialité très importante. Les chiffres en témoignent : 26,7% et 22,6% des chalandes ont cité « convivialité » et « bonne ambiance » lorsqu'il leur a été demandé d'associer trois représentations au mot marché.

Les marchés étant une forme de commerce universellement connue, ils peuvent être un véritable moyen d'intégration. En effet, ceux-ci permettent l'intégration de toute une frange commerçante de la population nouvellement immigrée. Le relatif faible besoin d'investissement et la simplicité des procédures constituent un moyen pour les chercheurs d'emploi de se lancer dans une activité d'indépendant.

Par ailleurs, le marché serait le lieu idéal pour la promotion d'activités culturelles locales et toutes sortes d'animations. Il accueille d'ailleurs régulièrement des événements connexes contribuant à favoriser les rencontres. Mieux, si les activités proposées sont basées sur des initiatives des habitants du quartier, cela augmentera considérablement les liens entre le marché et sa communauté locale.

Enfin, les marchés représentent un véritable lieu de loisirs. Contrairement aux grandes surfaces où l'achat est individuel, rapide et selon une liste de course, le temps d'achat sur les marchés est souvent moins contraint. Le commerçant est omniprésent, donne des conseils, prend des nouvelles de ses clients habituels, etc. La notion de plaisir est donc plus présente, un aspect à prendre en compte pour les marchés qui veulent se maintenir et se développer.

5. Un moteur d'économie circulaire

Grâce aux marchés, une alimentation de qualité est accessible à tous. Souvent utilisés comme outil de promotion de modes de vie sains, les aliments trouvés sur les marchés sont des produits frais et de saison.

De plus, à l'heure où le développement durable est le centre d'intérêt majeur, le marché peut servir comme un outil de sensibilisation à cette problématique, tant en termes de ventes de produits locaux que d'utilisation efficace des ressources.

Enfin, les marchés jouent un rôle clé dans le développement de l'alimentation biologique, secteur de plus en plus privilégié par les Bruxellois. Entre 2014 et 2015, le chiffre d'affaires du secteur bio en Belgique a augmenté de 18%. À Bruxelles, les dépenses pour les produits frais ont augmenté de 163 % entre 2008 et 2015.

6. Un incubateur de nouvelles tendances

Le commerce est une matière vivante, qui naît, disparaît, change de forme... Il est fondamental de mettre en évidence de nouveaux concepts pour le dynamiser.

Aussi, les marchés apparaissent comme un excellent incitant à l'entrepreneuriat. Les candidats-commerçants peuvent y tester leur idée à moindre coût. Les marchés sont de véritables laboratoires d'innovation : ils constituent des lieux privilégiés pour tester de nouvelles tendances commerciales.

Par exemple, c'est sur les marchés que les food trucks ont débuté, tout comme les pâtisseries quelques années auparavant. Phénomène en pleine croissance, 30% des food trucks belges se situent à Bruxelles. Le chiffre d'affaire du secteur est estimé à près de 30 millions d'euros. Le président de la Belgian Food Truck Association, Fabrice Willot, estime que le secteur devrait se stabiliser entre 600 et 700 food trucks en Belgique vers 2020.

Conclusion

Alors qu'il y a 50 ans, de nombreux observateurs prédisaient la disparition des marchés, force est de constater que ceux-ci ont pu s'adapter aux évolutions de la société pour retrouver une place essentielle dans la vie urbaine. C'est aujourd'hui moins leur rôle d'approvisionnement que leur fonction de marqueur identitaire d'un territoire qui forge leur succès.

Forme de commerce séculaire, les marchés n'en demeurent pas moins complexes dans leur organisation. À Bruxelles, le cadre légal des marchés paraît relativement alambiqué. Il semble ainsi qu'il y ait autant de manières de créer un marché qu'il n'en existe sur le territoire bruxellois. Ces difficultés contrastent avec les multiples effets vertueux des marchés : théâtre d'échanges économiques et commerciaux mais également d'animation et de cohésion sociale, instrument de revitalisation et de recommercialisation urbaine, vecteur d'innovation et de développement touristique.

Dévoilé le 27 juin prochain, le guide « Pourquoi et mieux penser les marchés à Bruxelles » met à la disposition des acteurs de marchés de nouveaux outils pour mieux penser l'organisation de ceux-ci. L'objectif principal de ce travail de concertation est de renforcer les atouts des marchés identifiés en Région bruxelloise par Atrium.brussels, en particulier le rôle d'incubateur offert par les marchés aux commerçants et candidats commerçants.

À l'occasion de la présentation publique de ce guide, un ensemble de recommandations seront discutées avec l'ensemble des parties prenantes afin d'identifier les réflexions et actions à développer pour l'avenir.

Il s'agit d'un premier pas important vers une meilleure connaissance des difficultés et enjeux liées à la pratique commerciale itinérante en Région bruxelloise. À terme, ce travail vise à doter les pouvoirs publics d'outils d'un meilleur accompagnement des organisateurs de marchés bruxellois.

Contacts presse :

Cabinet Gosuin : Charlotte Bonbled – 0499 51 26 31 – cbonbled@gov.brussels

Atrium.Brussels : Antoine Marthoz (InstiCOM sprl) – 0476 60 67 73 – antoine@insticom.be

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE PLACES ET JOURS DE MARCHÉS, DE 1940 À NOS JOURS

1940



1967



2012



2017



1990



Année de relevé	Places de marché	Moments de marché
1940	29	-
1967	23	138
1990	37	93
2012	50	78
2017	59	92

Auteur : Atrium.Brussels, 2017
Sources : Jacobs, 1940 & 1967
Le Petit Futé, 1990
Delvaux, 2012
Atrium.brussels, 2017

0 2 km

POURQUOI & COMMENT

Mieux penser les marchés
à Bruxelles

POURQUOI & COMMENT

Mieux penser son marché à Bruxelles

Bien que présents dans nos contrées depuis l'Antiquité, le nombre de marchés affiche aujourd'hui une progression impressionnante. Les lieux de marché sont ainsi passés de 23 en 1967 à 66 en 2017, soit presque trois fois plus en cinquante ans ! Un essor qui ne donne pas l'impression de s'essouffier puisque, ces 5 dernières années, 15 nouveaux marchés ont été lancés.

Atrium.Brussels, l'Agence régionale du commerce, mène depuis 18 ans un travail prospectif sur les enjeux du commerce urbain sous toutes ses formes. La veille des tendances et des pratiques commerciales émergentes constitue un des piliers essentiels de l'action de notre Agence. Et la renaissance des marchés apparaît aujourd'hui comme l'une de ces nouvelles formes de commerce.

La première partie de ce guide aborde la question des marchés publics à Bruxelles sous les aspects historiques, géographiques, socio-économiques et législatifs. Elle tente également d'expliquer les opportunités que ceux-ci offrent en termes d'innovation, de tourisme, de développement durable... La seconde partie est, quant à elle, organisée sous forme d'un guide de bonnes pratiques à destination des personnes qui souhaiteraient lancer ou dynamiser un marché à Bruxelles.

WE THINK, OPEN, BOOST OUR CITY.