

## INEDIT : Les destinations d'achat des ménages bruxellois passés à la loupe

- 5,5 milliards d'euros dépensés dans le commerce de détail
- 13,1 % des dépenses annuelles réalisées hors de Bruxelles
- Auderghem centre, Jette centre et Uccle centre sont les quartiers les plus plébiscités pour les achats de première nécessité

Dans le cadre de l'élaboration du Schéma de Développement Commercial consacré à la Région de Bruxelles-Capitale, hub.brussels a réalisé, en partenariat avec perspective.brussels et l'Université Libre de Bruxelles, une étude sur les comportements spatiaux d'achat des ménages bruxellois. Cette étude propose une analyse des commerces fréquentés par les habitants de la Région bruxelloise en fonction de leur quartier de résidence et du type de produits qu'ils achètent.

L'étude réalisée par l'Agence bruxelloise pour l'Accompagnement de l'Entreprise, en partenariat avec perspective.brussels et l'Université Libre de Bruxelles, sur les comportements d'achat des ménages bruxellois est inédite. Aucune étude du genre n'a été menée à Bruxelles depuis le début des années 1990, jamais elle n'a été réalisée à l'échelle des quartiers.

Grâce à cette étude, pour chaque quartier, il est effectivement possible de connaître la part des ménages se rendant dans chaque lieu d'achat. Et inversement, pour chaque lieu, il est possible de connaître l'origine de la clientèle, ainsi que son importance<sup>1</sup>.

L'étude porte uniquement sur la population bruxelloise<sup>2</sup>, près de 5.600 ménages ont participé à l'enquête téléphonique. Ce nombre élevé de réponses valides au niveau de la Région garantit une marge d'erreur faible de l'ordre de 1,3.<sup>3</sup>

### 5,5 milliards d'euros dépensés dans le commerce de détail

La Région de Bruxelles-Capitale compte quelque **542.000 ménages** répartis dans 118 quartiers résidentiels. Les réponses obtenues dans le cadre de cette étude ont été transformées en dépenses estimées avec les résultats de l'enquête sur le budget des ménages réalisée chaque année par la Direction générale Statistique du SPF Économie. Sur base de ce traitement, l'étude a estimé à **9 200 euros** la moyenne des dépenses annuelles d'un ménage bruxellois dans le commerce de détail. Ensuite, pour tenir compte de la variabilité des profils socio-économiques des ménages dans la consommation, les dépenses estimées ont été adaptées selon le niveau de revenu du ménage et l'âge de sa personne référente.

Ces pondérations ont permis à l'étude d'estimer que :

---

<sup>1</sup> Les résultats sont présentés en "parts de marché", c'est-à-dire en parts des dépenses captées par chaque lieu d'achat, ces parts étant calculées au départ des dépenses estimées et non du nombre de ménages.

<sup>2</sup> Les clients hors Région bruxelloise et les touristes n'ont pas été pris en compte.

<sup>3</sup> Initiée au début de l'année 2017, l'étude se base sur une enquête téléphonique réalisée auprès de près de 5.600 ménages bruxellois, soit 1 % de la population régionale, répartis selon des quotas fixés suivant quatre catégories d'âge et selon la localisation dans un des 118 quartiers résidentiels de la Région.

\_les ménages bruxellois dépensent chaque année près de **5,5 milliards d'euros** dans le commerce de détail:

- 3 milliards d'euros, soit plus de la moitié, sont consacrés aux biens de consommation courante (produits alimentaires, produits d'entretien, magazines ou encore pharmacie et parapharmacie),
- 1,5 milliard d'euros aux biens semi-courants légers (vêtements, chaussures, livres, CD, articles de sport, loisirs créatif,... qui, par leur taille et leur légèreté, peuvent être transportés aisément à pied),
- 1 milliard d'euros aux biens semi-courants lourds (matériel de bricolage, électroménagers, ameublement...).

\_un ménage bruxellois dédie la moitié de son budget annuel moyen dépensé dans les commerces aux achats courants de première nécessité (grosses courses et courses de proximité).

\_plus le revenu augmente, plus les dépenses en valeur absolue sont importantes, avec une répartition des achats très différente. A mesure que le revenu augmente, la part des dépenses consacrées aux achats courants entre les bas salaires et les revenus les plus élevés diminue de 65 à 50 % et les achats semi-courants augmentent.

\_la consommation évolue suivant l'âge. Le budget annuel moyen dépensé dans les commerces augmente avec l'âge jusqu'à la tranche de 45 à 64 ans. Il est le plus bas chez les jeunes de 18 à 29 ans. Il diminue chez les 65 ans et +. L'augmentation des salaires avec l'ancienneté, ainsi que le départ à la pension, tout comme l'évolution du taux d'équipement du ménage en biens durables, pourraient expliquer ce constat.

### **Une recherche de proximité pour les achats courants**

Pour effectuer leurs achats courants, ou plus communément appelés les courses de première nécessité (grosses courses et courses de proximité), les ménages bruxellois privilégient des lieux proches et effectuent de courtes distances, notamment en raison de la bonne couverture géographique de l'offre dédiée à ces achats.

Pour 95% des répondants, le **supermarché** reste le lieu privilégié pour les grosses courses. Un tel résultat s'explique par le caractère généraliste de ces commerces qui offrent l'accès à tous les produits de première nécessité et limitent donc le temps alloué aux achats.

Pour les achats de proximité, les **commerces non intégrés** demeurent la première destination pour les ménages bruxellois (86%). Bruxelles centre, Jette centre ou encore Dailly se distinguent par la place qu'occupent les achats de proximité dans leur part de marché. Une telle proportion s'explique par leur morphologie urbaine. Il s'agit d'espaces denses et historiquement commerciaux. Ils présentent à la fois une offre de proximité développée et un volume de population suffisamment important pour générer un total de dépenses élevé pour les achats de proximité. Tout comme la plupart des autres quartiers traditionnels de la Région (Saint-Gilles, George Henri, Helmet, Anderlecht centre...). À l'inverse, la majeure partie des quartiers accueillant des espaces commerciaux à morphologie récente présente peu de dépenses pour les achats de proximité (Avenue Léopold III à Evere, Shopping Cora d'Anderlecht, Stalle...).

Les **marchés** occupent également une place non négligeable dans le paysage commercial bruxellois. (1,4% de parts de marché). Ce sont les marchés du Parvis de Saint-Gilles, des Abattoirs d'Anderlecht, de la Place Flagey, du Miroir à Jette et du Châtelain à Ixelles qui sont les plus souvent cités.

### Top 10 des quartiers commerçants plébiscités par les bruxellois pour les achats courants:

Rang	Nom du quartier	Part de marché (%)
1	Auderghem Centre	4,5
2	Jette Centre	3,6
3	Uccle Centre	3,2
4	Roodebeek	3,1
5	Berchem Sainte-Agathe Centre	3,1
6	Churchill	3,1
7	Karreveld	2,8
8	Bruxelles Centre	2,8
9	Louise	2,5
10	Scheut	2,4

### Concentration des achats semi-courants légers dans quelques lieux

Contrairement aux achats courants, l'étude montre que les dépenses réalisées pour les achats semi-courants légers se concentrent sur un nombre très limité de destinations. Pour l'achat d'un vêtement, d'un livre, d'un CD, d'un article de sport..., les comportements des Bruxellois sont davantage liés aux endroits qui présentent une offre importante et structurée en noyau<sup>4</sup>. Le Centre-Ville qui accueille près de 3.000 points de vente dont 700 sont spécialisés dans la vente de produits de consommation semi-courants légers, est largement en tête des destinations, attirant à lui seul plus d'un quart des dépenses des ménages résidant sur le territoire.

Le reste se concentre sur quelques lieux, le Haut de la Ville (noyau comprenant la Chaussée d'Ixelles, l'Avenue de la Toison d'Or, ainsi que le Goulet Louise) et deux centres commerciaux, le Woluwe Shopping Center et le Westland Shopping. Ces quatre lieux d'achat recueillent plus de 50% des dépenses annuelles des ménages bruxellois pour les achats semi-courants légers.

Presque tous les lieux présentant un nombre important de grandes enseignes apparaissent dans le classement, qu'ils s'agissent de noyaux traditionnels (Uccle - Centre, Tongres, Miroir...) ou de noyaux plus récents (Basilix, Auderghem Shopping...), montrant qu'aujourd'hui, la présence des enseignes contribue de manière importante à la part de marché des espaces commerçants.

Certains points de vente (Caméléon, Filigranes,...) présentent une attractivité telle qu'ils permettent à certains lieux proposant une offre non structurée en noyau d'occuper une place importante dans le classement (à l'image des quartiers européen et Val d'Or, occupant respectivement la 12<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> place).

Rang	Nom	Type de lieu	Part de marché (%)
------	-----	--------------	--------------------

<sup>4</sup> Un noyau est un ensemble de minimum 30 commerces concentrés dans l'espace. *Source* : VAZQUEZ PARRAS, Juan, CUVELIER Louison et WAYENS Benjamin, 2018. Le commerce bruxellois en chiffres. Structuration du paysage commercial [en ligne]. Bruxelles : Région de Bruxelles-Capitale. Observatoire du commerce. Disponible à l'adresse : <http://perspective.brussels/fr/etudes-observations/economie-urbaine/observatoire-du-commerce>.

1	Bruxelles - Centre	Noyau	25,7
2	Woluwe Shopping Center	Noyau	10,6
3	Haut de la Ville	Noyau	8,7
4	Achat en ligne	Non physique	6,0
5	Westland Shopping	Noyau	5,6
6	Anderlecht - Shop.Cora	Noyau	4,6
7	Bordet	Noyau	3,3
8	Uccle - Centre	Noyau	2,8
9	Basilix shopping center	Noyau	1,6
10	La Bascule	Noyau	1,6

Le commerce en ligne occupe également une place importante dans les dépenses bruxelloises pour des biens semi-courants légers, puisqu'il atteint 6 % de parts de marché. C'est la 4<sup>e</sup> destination d'achat.

Pour Julien Bacq, directeur R&D chez hub.brussels, « *Au vu de l'attractivité que génèrent les quelques lieux concentrant les enseignes et du manque d'extensibilité du marché bruxellois, il convient de se questionner sur l'impact de chaque nouveau projet commercial développé sur le territoire (ou dans sa périphérie), du déplacement de clients qu'il peut générer et, finalement, de la capacité du marché à garantir la rentabilité de tous les lieux de commerce de Bruxelles.* »

### Quelques noyaux commerçants pour les achats semi-courants lourds

Au sein du territoire régional, les dépenses consacrées aux achats semi-courants lourds (matériel de bricolage, électroménagers, ameublement...) se concentrent sur quelques points, qui rassemblent de grandes enseignes. La principale destination d'achat est la zone commerciale qui accueille le seul Ikea de la Région bruxelloise. Elle recueille plus de 10 % des dépenses des ménages. Les autres lieux les plus fréquentés par les Bruxellois sont Bruxelles-Centre, le Basilix Shopping Center, le Woluwé Shopping Center et la zone Auderghem shopping.

En fonction des enseignes présentes, les dépenses ne sont pas réalisées pour les mêmes types d'achat. Alors que le noyau "Anderlecht - Ikea" recueille majoritairement des dépenses dans la décoration, on observe une dominance du bricolage à Auderghem Shopping (Brico), un partage entre la décoration et l'électroménager pour le Westland et le Woluwe Shopping Center (Vanden Borre, Zara home,...) ou encore un équilibre entre les trois types d'achats pour la zone commerciale du Basilix (Krefel, Ixina, Brico...).

Rang	Nom	Type de lieu	Part de marché (%)
1	Anderlecht - Ikea	Noyau	11,4

2	Bruxelles - Centre	Noyau	9,2
3	Zaventem - Ikea	Hors RBC	8,4
4	Basilix shopping center	Noyau	5,5
5	Drogenbos - Ruisbroek	Hors RBC	5,4
6	Woluwe Shopping Center	Noyau	4,8
7	Auderghem shopping	Noyau	4,4
8	Haut de la Ville	Noyau	3,8
9	Reyers	Noyau	2,3
10	Achat en ligne	Non physique	2,1

Quelques noyaux commerçants ont fait leur apparition dans le classement (dont Hankar, Reyers, Genève...). Ils présentent une morphologie récente (type parc commercial) qui favorise l'implantation de commerces dédiés aux achats semi-courants lourds. Situés dans des zones moins denses, ils proposent plus de surface. Le besoin en espace de vente étant primordial pour les commerces spécialisés dans la vente de meubles, d'électroménagers et/ou de matériaux de bricolage, il n'est pas étonnant qu'ils privilégient ce type de lieu. Par ailleurs, ils sont situés le long d'un axe routier, ce qui favorise également l'établissement de tels commerces pour lesquels il est généralement nécessaire de venir en voiture.

#### Le Top 5 toutes catégories confondues

Rang	Nom	Type de lieu	Part de marché (%)
1	Bruxelles - Centre	Noyau	10,1
2	Woluwe Shopping Center	Noyau	3,9
3	Haut de la Ville	Noyau	3,7
4	Auderghem shopping	Noyau	3,5
5	Basilix shopping center	Noyau	2,8

La première place est occupée par le noyau de Bruxelles - Centre. À lui seul, il attire plus de 10 % des dépenses réalisées par les ménages bruxellois dans le commerce de détail, soit deux fois plus que la seconde destination du classement. Ce résultat confirme le rôle moteur de Bruxelles - Centre comme pôle commercial de la Région. A l'exception du Haut de la Ville (3<sup>e</sup> place au classement), aucun noyau localisé dans la première couronne ne dépasse 2 % de part de marché.

Une analyse plus fine des espaces commerçants en termes de rendement et de taille, a montré que certains petits noyaux réalisaient de bons résultats (Sainte-Alix, Altitude 100, Place Keym...). Il n'est donc pas forcément nécessaire d'atteindre une taille importante pour garantir la vitalité d'un espace commerçant. Cet élément est renforcé par le succès que rencontrent certains points de vente isolés qui arrivent à se hisser parmi les lieux les plus fréquentés par les ménages bruxellois (Caméléon et Filigranes).

### **13,1 % des dépenses annuelles réalisées hors de Bruxelles**

L'étude a également analysé l'évasion du pouvoir d'achat. Toutes catégories d'achat confondues, 13,1 % des dépenses annuelles totales des ménages bruxellois sont réalisées en dehors du territoire régional. Plus de la moitié de ces dépenses le sont dans des commerces localisés en Brabant Flamand, dans des espaces accueillant essentiellement des commerces intégrés (Ikea Zaventem, zone commerciale de Drogenbos...).

La palme revient à la catégorie d'achat de semi-courants lourds : 25 % le sont dans quelques espaces commerciaux en dehors de la Région.

Cette évasion touche essentiellement les quartiers proches de la frontière régionale, preuve que la proximité joue fortement sur les comportements d'achat.

Après la périphérie bruxelloise, l'évasion du pouvoir d'achat bénéficie essentiellement aux commerces non physiques. Parmi eux, le poste de dépenses le plus important est l'achat réalisé en ligne qui cumule 2,2 % de parts de marché, essentiellement pour des achats semi-courants légers.

Pour les achats courants, la recherche de proximité limite l'évasion du pouvoir d'achat à 7,5%. L'offre alimentaire et de proximité constitue un élément essentiel au maintien des espaces commerçants et plus spécifiquement des quartiers commerçants traditionnels.

### **En conclusion**

\_ 86,9% des achats des ménages bruxellois sont réalisés dans la Région. Les noyaux commerciaux constituent la majeure partie des lieux fréquentés.

\_ La majeure partie des achats réalisés en dehors de Bruxelles est effectuée à moins de 15 km du centre. L'armature commerciale bruxelloise ne se limite donc pas aux frontières régionales et la réflexion sur le développement commercial doit être faite en intégrant la périphérie.

\_ la Région de Bruxelles-Capitale est un espace commercial polycentrique avec la bonne performance des espaces commerciaux récents localisés en seconde couronne (Woluwe Shopping Center, Auderghem Shopping, Basilix Shopping Center...) et de quelques espaces traditionnels majeurs (Bruxelles - Centre et Haut de la Ville, ou encore Miroir, Uccle - Centre, La Bascule...).

\_ L'enquête a montré que le commerce intégré (les enseignes) domine la perception qu'ont les Bruxellois du paysage commercial et impacte fortement les comportements d'achats des ménages. Les lieux accueillant de nombreux commerces intégrés présentent les parts de marché les plus importantes.

\_ La majorité des dépenses est réalisée pour les achats courants. Il s'agit des achats pour lesquels les ménages bruxellois privilégient des lieux proches (espaces commerciaux de moindre envergure voire points de vente localisés non structurés en noyau). Ces observations montrent l'importance qu'ont les commerces d'alimentation et de proximité dans la survie des espaces traditionnels.

**« La Région bruxelloise concentre 86,9% des achats des ménages bruxellois. Pour dynamiser le commerce bruxellois, il faut arrêter de se focaliser sur l'urbanisme. Nous devons aller plus loin et investir sur de nouveaux concepts commerciaux, de nouveaux produits en phase avec les nouveaux modes et types de consommation. Bruxelles a besoin d'une vision commerciale innovante et variée. »**

*C'est celle de notre nouveau Schéma de Développement Commercial », explique Didier Gosuin, Ministre bruxellois de l'Économie.*

*« Cette étude est une base de travail pour l'avenir, car si elle apporte des réponses, qui pourront étayer les politiques publiques, elle ouvre aussi de nouvelles recherches : quels sont les secrets de réussite des petits noyaux commerçants qui surperforment, comment peut-on analyser avec le recul l'impact de la création de nouvelles infrastructures, comment, dès lors, mieux anticiper les impacts à venir, ... ? », conclut Julien Bacq, directeur R&D chez hub.brussels.*