

Quels commerces pour quels emplois ? Structure et logiques d'organisation du travail dans l'aire métropolitaine bruxelloise

<https://www.ieb.be/25293>

14 février 2015 • Benjamin Wayens, Carole Keutgen, Claire Scohier

L'activité commerciale représente une part conséquente de l'emploi en région bruxelloise. Nos élus ne manquent pas de nous le rappeler lorsqu'ils s'investissent dans des politiques de développement commercial. Encore faut-il pouvoir objectiver le nombre et le type d'emplois. [1]

1. Commerce et emploi : les enjeux

Si on examine la structure de l'emploi dans la région de Bruxelles-Capitale, on constate d'emblée que le commerce de détail (en y incluant l'Horeca) est un secteur particulièrement important. Si l'on intègre les indépendants aux calculs, le commerce de détail représente 10% de l'emploi régional.

L'enjeu que représente l'emploi dans le commerce de détail justifie que l'on y porte une attention constante et soutenue. Le suivi de l'offre commerciale fait maintenant l'objet d'une réelle attention et une agence régionale se consacre spécifiquement au développement des noyaux commerciaux (Atrium). Ce n'est par contre que plus récemment qu'une synthèse sectorielle fouillée a été consacrée à ce secteur par Actiris [Bertrand, 2014]. Ce travail, de grande qualité, n'en reste pas moins une approche très sectorielle, excluant de son objet l'Horeca, le commerce automobile et certains services à caractère commercial. Mais, au-delà de l'étroitesse sectorielle, l'Horeca faisant indubitablement partie du paysage commercial (même si on peut logiquement en exclure l'hôtellerie au sens strict), c'est aussi la composante spatiale qui doit être questionnée. Les espaces commerciaux sont fortement différenciés, y compris au sein de la ville, et certaines moyennes sont localement peu représentatives. À Bruxelles comme ailleurs, aménagement du territoire et dynamique commerciale sont intimement associés, notamment parce que l'activité commerciale, induite, est très dépendante de son

environnement physique et socio-économique.

Dès lors, l'objet de cet analyse sera non pas de dresser une monographie de l'emploi dans le commerce de détail, mais bien d'examiner quelles sont les spécificités locales en la matière. Il s'agira de voir, à l'échelle des communes constituant la région urbaine de Bruxelles, intégrant sa périphérie et sa banlieue, quel est l'impact de la diversité des structures commerciales sur les modes d'exploitation et la densité ou les caractéristiques de l'emploi. Il ne s'agira pas tant de questionner les politiques sectorielles liées au commerce que d'examiner sous l'angle de l'emploi et des structures entrepreneuriales les héritages et les logiques de l'aménagement commercial du territoire. Comment varie dans l'espace la part du commerce intégré et quels facteurs influencent cette variation ? Tous les espaces sont-ils comparables en terme de structure de l'emploi (degré de salarisation, taille des entreprises et établissements) ? Tous les espaces commerciaux génèrent-ils la même densité d'emploi ?

L'intérêt de cette analyse est d'autant plus prégnant que comme l'ont montré Marissal et Roelandts [1999], ce secteur est surtout un de ceux où le taux de résidents bruxellois parmi les travailleurs est le plus élevé. Déterminer l'ampleur de l'espace bénéficiant des retombées du commerce ou de toute autre activité économique est évidemment d'une importance particulière pour la région de Bruxelles-Capitale, limitée administrativement à une partie seulement du bassin d'emploi, et ne bénéficiant par conséquent pas forcément des retombées fiscales des emplois qu'elle héberge. Cinq facteurs influencent l'aire de recrutement de la main-d'œuvre et permettent de comprendre cette spécificité du commerce de détail :

- la durée de vie moyenne d'une entreprise : une entreprise récemment installée a tendance à recruter d'abord à proximité, éventuellement au détriment d'une sélection fine de sa main-d'œuvre ;
- la taille de l'entreprise : outre la logique de proportionnalité entre la taille de l'entreprise et l'ampleur de son recrutement, une segmentation plus marquée des profils de fonction (et donc un recours plus systématique aux petites annonces et aux bureaux de sélection) et le jeu des promotions (pouvant entraîner une mutation vers un siège hiérarchiquement plus important) contribuent à accroître la taille du bassin de recrutement de la main-d'œuvre ;
- le statut des emplois : les secteurs d'activités recruteraient en moyenne d'autant moins localement qu'ils occupent une part croissante de salariés ;
- la localisation de l'entreprise dans la ville : il est évident que si l'entreprise est installée aux franges de la région considérée, elle aura plus tendance à recruter à l'extérieur de celle-ci ;
- la qualification des emplois : plus la part des qualifications moyennes ou élevées est forte et plus les qualifications sont diversifiées, plus le recrutement aura tendance à être lointain.

Si on examine le positionnement du commerce de détail et de l'Horeca vis-à-vis de ces facteurs, on comprend évidemment mieux la forte proportion de l'emploi occupé par des Bruxellois. En effet :

- la durée de vie des entreprises du commerce de détail est relativement courte, car le commerce de détail est une activité évanescence par nature : en moyenne, 10% des commerces changent d'affectation chaque année [Grimmeau *et al.*, 2001 ; Devillet *et al.*, 2014] et ce secteur enregistre à la fois de nombreuses faillites et créations d'entreprises. En région de Bruxelles-Capitale, les mouvements de création ou de radiation concernent par an 18% des entreprises en activité [Bertrand, 2014] ;
- le monde du commerce de détail est encore largement constitué de petites entreprises, ou, à tout le moins, d'établissements de petite taille. On compte en moyenne en région de Bruxelles-Capitale 3,1 équivalent temps plein par point de vente, soit un peu plus que la moyenne belge de 2,8 (voir tableau 2) ;
- la part des indépendants, bien qu'en baisse, est encore importante dans ce secteur : les indépendants représentaient en 2011 pour la Belgique 36% de l'emploi dans le commerce de détail et l'Horeca, 24% en région de Bruxelles-Capitale ;
- la localisation du commerce est relativement centrale : 73 % des rez-de-chaussée commerciaux étaient situés en 1997 dans la partie centrale de la région, urbanisée avant 1930 [Grimmeau et Wayens, 2003 et calculs personnels] ;
- l'emploi dans le commerce de détail et l'Horeca offre une part importante de postes demandant des qualifications faibles (du moins en terme de diplôme), ce qui en fait un secteur particulièrement important sur le marché de l'emploi bruxellois. En région bruxelloise, 65% de l'emploi du commerce de détail est occupé par des Bruxellois, 70% par des peu qualifiés. Pour l'Horeca, ces parts sont respectivement de 75 et 77% [Observatoire bruxellois de l'Emploi, 2015].

Ce dernier point est très important dans le contexte bruxellois, la région connaissant un chômage important, particulièrement en ce qui concerne les personnes les moins qualifiées. À côté de politiques volontaristes en matière de formation, le maintien d'une offre d'emplois faiblement qualifiés dans le tissu économique est donc un réel enjeu social. Le commerce de détail, en ce compris l'Horeca, y contribue fortement. Mais le bilan de l'emploi est sur le long terme plutôt négatif pour les centres-villes, positif pour les périphéries [Colard *et al.*, 1997 ; Marissal *et al.*, 2006 ; Grimmeau *et al.*, 2004]. En fait, le développement du commerce périphérique a évidemment suivi, avec un certain retard, le développement des banlieues.

2. Fonctions et diversité du commerce de détail

Le commerce est l'activité qui consiste à vendre des biens ou des services. Le commerce de détail assure l'achat et la revente en quantités adaptées au consommateur final alors que le commerce de gros assure l'approvisionnement de ces revendeurs ou collectivités. Dans un cadre plus large, on parlera dans le monde de l'entreprise respectivement de (« *business to consumer* » (B2C)) et de « *business to business* » (B2B). Cependant, la distinction entre commerce de gros et de détail n'est pas toujours très nette. Certaines formes de commerce vendent aussi bien aux particuliers qu'aux

collectivités (pensons aux maraîchers, mais aussi à Colruyt ou Makro). Le commerce intégré (la grande distribution) repose lui sur une logique d'intégration dite verticale, en substituant ses propres centrales de distribution aux grossistes, voire en intervenant dans la conception et la production des produits, notamment les marques de distributeurs [Strale et Wayens, 2013]. Et certains industriels ont constitué leurs propres réseaux de distribution, par exemple, Apple ou Nespresso qui vendent directement en ligne, mais aussi via des points de vente à leur enseigne.

Le commerce de détail, plus que le simple transfert de marchandises entre la sphère de production et de consommation, assure la rencontre de l'offre et de la demande par sa fonction d'assortiment. Le point de vente réunit en effet des biens issus de différents producteurs pour satisfaire le client en matière de goûts, de choix, de prix et de modalité d'organisation des achats. Il est évidemment aussi un point stratégique de la chaîne de distribution, assurant le transfert effectif des biens, mais aussi de multiples traitements tels que la facturation, le groupage-dégroupage, l'emballage, l'étiquetage, le stockage, le financement du stock, une partie de la promotion et de la publicité... La dimension de conseil au consommateur et donc de mise en adéquation de l'offre et de la demande par la création d'un service aux consommateurs est aussi un aspect essentiel de l'activité du commerce de détail, surtout dans le cadre de biens ou de services où un décalage important et croissant peut exister entre la technicité de l'offre et le niveau de compétence des consommateurs (informatique, mais aussi bricolage ou sport par exemple). Enfin, on doit souligner que le commerce de détail tend de plus en plus à piloter certaines filières de production du fait de sa connaissance du marché. Ce n'est plus uniquement l'exutoire de produits industriels standardisés. Cette nouvelle fonction de pilotage tend à renforcer le pouvoir des entreprises du commerce de détail, particulièrement celles de la distribution intégrée, face aux industriels [Moati, 2011].

L'accroissement de la présence des enseignes nationales et internationales dans le paysage commercial traduit la concentration du secteur du commerce. Ces commerces en réseau, partageant, sous une marque promotionnée de manière globale, un concept et une offre commerciale similaire, sont intimement liés au développement du commerce moderne. Ils sont la matérialisation de processus de réduction de coûts de la transaction (par des hausses de productivité) et d'ajustement entre l'offre et la demande, quantitative (par une intégration logistique croissante) ou qualitative (via une partie du marketing de produits). Ceci est permis et entretenu par un processus de concentration du capital au sein du secteur [Wrigley et Lowe, 2002], mais aussi par la redistribution des rôles entre le commerce intégré et les industriels, qui sont de plus en plus des sous-traitants des distributeurs [Moati, 2011].

En Belgique, comme dans de nombreux pays ouest-européens, l'association et l'intégration du commerce ont d'abord touché la distribution alimentaire, par l'importation en Europe du modèle du supermarché et de l'hypermarché [Grimmeau, 2013], avant de toucher de nombreux secteurs de la distribution non alimentaire spécialisée. Cependant, la concentration économique atteint des degrés très divers selon le sous-secteur du commerce de détail. Coupain [2005, p.182-183] montre une réelle diversité à partir des parts de marché des 10 principales entreprises par secteur en Belgique : 100%

pour les hypermarchés, 87% pour la lingerie, 83% pour la parfumerie, 65% pour les supermarchés, mais seulement 47% pour l'électroménager, 42% pour la chaussure ou 25% pour la boulangerie. Non plus en termes de chiffre d'affaires, mais en termes d'offre sur le terrain, les enseignes nationales et internationales représentaient, en 2009, 36% des surfaces nettes de vente, mais seulement 12% de magasins. Elles ne sont majoritaires que dans un nombre limité d'activités, essentiellement les supermarchés et hypermarchés, les carburants, le bricolage, les banques et les grandes surfaces de prêt-à-porter (tableau 1).

La modernisation dans le commerce de détail se traduit notamment par la diminution du nombre de points de vente. En région de Bruxelles-Capitale, le nombre de points de vente actifs est passé d'environ 46 000 en 1950 à 20 000 en 2009. Le nombre de commerces en activité sur le territoire régional a donc diminué de près de moitié dans la seconde moitié du 20^e siècle, soit -1,4% par an en moyenne [Grimmeau *et al.*, 2007], ce qui est proche des -1,9% observé pour la Belgique entre 1947 et 2009. Durant la période 1975-2011, les ventes augmentent (+1% par an), tout comme l'emploi dans le commerce de détail (+0,6% en moyenne). Plus de vente, avec beaucoup moins de magasins et à peine un peu plus de travailleurs : visiblement, la taille des points de vente augmente même si les données historiques manquent en terme de superficie [Grimmeau, 2014]. Cette diminution du nombre d'établissements et l'accroissement de leur taille ont contribué à la hausse de la productivité (+0,3% par an, moyenne 1975-2000 [Van der Linden, 2010]. Le processus de concentration économique est entretenu par l'augmentation des seuils de rentabilité (augmentation de la technicité, des charges administratives, des normes de sécurité ou environnementales, nouveaux services à financer comme le paiement électronique). Il reste cependant dans le commerce de détail moins marqué que dans l'industrie ou même l'agriculture.

Bruxelles comporte une offre commerciale très importante. Ses deux noyaux commerciaux principaux (centre et haut de la ville) ont un rayonnement largement extérieur à la région et comprennent plus de 4 000 points de vente. Ces noyaux clairement distincts se différencient par leur standing et ont chacun leurs habitués. Le centre-ville a une fonction Horeca plus développée et concentre les commerces orientés vers les touristes. Entre ces deux quartiers, le noyau Sablon-Marolles, de grand rayonnement, est spécialisé dans l'antiquariat et la décoration, lui aussi avec une forte présence d'Horeca. La région de Bruxelles-Capitale compte aussi une trentaine de gros noyaux commerciaux traditionnels structurés autour de rues et de places, mais aussi le premier shopping center de Belgique (Woluwe) et le premier hypermarché de Belgique (Auderghem), devenu le centre d'un petit parc commercial. Aux marges du territoire régional, hypermarchés, shopping centers et parcs commerciaux sont généralement localisés à l'écart des noyaux commerciaux importants et en constituent des équipements relativement complémentaires. À l'extérieur de la région, plusieurs noyaux traditionnels implantés dans des petites villes sont centrés sur l'équipement de la personne. Plusieurs de ces petites villes sont aussi dotées de parcs commerciaux ou d'un shopping center. Enfin, quelques gros parcs commerciaux isolés complètent la ceinture autour de Bruxelles, particulièrement Drogenbos au sud et Nossegem à l'est [Grimmeau *et al.*, 2004 ; Wayens, 2006 ; Grimmeau *et al.* 2011].

Les structures commerciales les plus diversifiées et les plus attractives ne sont plus l'apanage du cœur des grandes villes. Un pouvoir d'achat élevé ou la présence d'attractions touristiques peut soutenir un tel commerce dans des villes régionales, voire petites. Les centres commerciaux majeurs peuvent aussi donner à une localité assez modeste un attrait commercial très important. Mais contrairement à une idée parfois affirmée, il existe encore une différenciation sensible de structure commerciale entre les grandes villes, les villes régionales et les petites villes [Grimmeau & al, 2011]. Les grandes villes en général, et Bruxelles en particulier, continuent d'être des lieux d'offre incontournables en ce qui concerne les biens semi-courants (vêtements, mode, loisirs...) même si elles doivent faire face à une concurrence accrue de nouveaux pôles périphériques, qui peuvent eux-mêmes être des petites villes. Pour les biens rares ou très spécifiques (luxe, article de collection...), Bruxelles conserve à l'échelle nationale sa primatie. Bruxelles concentre toujours une part importante de l'offre nationale dans de nombreux secteurs d'activité : vêtements en cuir (36%), tapis orientaux (34%), vêtements de mariage (30%), libraires et bouquinistes (28%), fourrures (23%), horlogerie (21%), objets de collection (21%), prêt-à-porter masculin (18%), articles de table (18%), antiquité-brocante (18%),...

Dès lors, dans l'aire métropolitaine bruxelloise, c'est bien une accumulation historique des différentes formes de commerces qui constitue une des spécificités de l'équipement commercial [Grimmeau et Wayens, 2003]. Le commerce de détail s'est concentré spatialement dans les noyaux commerciaux dans la ville dense et a diffusé dans les périphéries urbaines, dans les petites villes ou dans des espaces commerciaux créés ex nihilo, suivant en cela le processus de périurbanisation de la population [Grimmeau *et al.*, 2007]. Les commerces de centre-ville ont donc perdu progressivement cette clientèle. Le commerce moderne s'est proportionnellement beaucoup plus développé en périphérie, où il a accompagné la croissance de population liée à la périurbanisation. Pourtant, malgré ces évolutions marquantes, favorables en terme de bilan aux périphéries plutôt qu'aux centres urbains, le commerce est évidemment loin d'avoir disparu des villes. Il continue à y structurer fortement le paysage. La grande distribution "moderne" n'y est majoritaire que dans certains espaces (grandes artères commerçantes, hypermarchés, parcs commerciaux), le reste étant structuré par un commerce non intégré générant une offre encore très diversifiée malgré une décroissance structurelle de ses effectifs.

3. Les données et leur exploitation

Depuis 2006-2007, les données produites par la firme Locatus permettent de décrire l'offre commerciale de manière relativement uniforme sur le territoire belge. Jusqu'à cette date, les relevés étaient souvent partiels, limités au territoire de la région dans le cadre de Bruxelles [Wayens, 2006], voire, au mieux, incluant les gros noyaux périphériques [Grimmeau *et al.*, 2004]. Les données de Locatus sont issues de relevés de terrain, répétés annuellement dans les zones commerciales denses, tous les deux ans pour les zones moins denses. Locatus enregistre, pour chaque commerce : son type suivant une nomenclature très fine, sa surface nette [2] et, ce qui est particulièrement intéressant pour identifier le commerce intégré, l'enseigne. La confrontation des données Locatus avec d'autres

données montre une bonne cohérence générale, même s'il faut les retravailler à l'aide de données du Ministère fédéral de l'Économie et les compléter pour mieux comptabiliser la grande distribution alimentaire et les grands magasins [Grimmeau *et al.*, 2011].

On peut évaluer d'après le relevé sur le terrain à environ 20 000 le nombre de points de vente en activité en région de Bruxelles-Capitale, ce qui représente plus de 1 900 000 m² de surface nette de vente. Ces cellules commerciales hébergent non seulement des activités reprises officiellement comme « commerce de détail » par la nomenclature européenne des activités (NACE-BEL, secteur 52), mais aussi ce qui relève officiellement de l'Horeca, de la vente automobile, des services à caractère commercial ou du secteur financier (banques et assurances, pour lesquelles il ne faudrait considérer que les agences).

À l'échelle locale (commune), l'emploi dans le commerce de détail ne peut faire l'objet que d'estimations. L'ONSS [3] ne renseigne que le personnel salarié. Il est possible, par comparaison avec les statistiques de la TVA, de déterminer le nombre d'établissements n'employant pas de personnel salarié. Mais combien de personnes travaillent dans ceux-ci (le patron, éventuellement le conjoint et/ou un ou plusieurs apparentés) ? Il n'est pas possible de trancher, car les statistiques relatives aux indépendants (issues de l'INASTI [4]) ne sont pas ventilées par activités. De même, dans les établissements employant du personnel salarié, le chef d'établissement est compté s'il est salarié (gérant), mais pas s'il est indépendant (franchisé ou non). Enfin, une partie des travailleurs du secteur sont à temps partiel et les données en équivalents temps pleins sont rares. Et bien évidemment, aucune de ces sources officielles ne répertorie le travail informel [Grimmeau *et al.*, 2011].

Dès lors, l'estimation de l'emploi local établie dans le cadre de cette étude a tout d'abord ventilé l'emploi indépendant dont les effectifs sont connus via l'INASTI en utilisant les secteurs d'activité obtenus via la TVA. Cette estimation engendre certaines imprécisions, tant du fait de la non-concordance stricte des nomenclatures (professions versus secteurs d'activité) que de la localisation de l'enregistrement : une partie des indépendants peuvent être répertoriés à une adresse qui n'est pas le siège social de leur entreprise, lequel ne correspond pas forcément au site d'exploitation. Cette estimation de l'emploi indépendant est ensuite cumulée, secteur par secteur et commune par commune, à l'emploi salarié comptabilisé à l'établissement par l'ONSS, tout en veillant à tout exprimer en équivalents temps plein, le temps partiel étant très répandu chez les salariés du secteur.

Tous les chiffres (surfaces et emplois) ont été reventilés, à l'échelle des communes, dans 55 types de commerces, issus du croisement de la nomenclature Locatus et de NACE-BEL. Cela constitue une banque de données inédite, croisant emploi et surfaces dans une nomenclature relativement détaillée à l'échelle locale.

Au niveau national et sectoriel, l'exercice d'estimation et de croisement entre données d'emploi et surfaces de vente met déjà en lumière une série de faits intéressants soulignant la diversité du commerce de détail (tableau 1).

Tout d'abord, les différents secteurs se différencient fortement en terme de taux de salarisation. Si tous secteurs confondus, 64 % des travailleurs sont des salariés, ce taux varie fortement selon les secteurs d'activité. En équivalent temps plein, moins d'un quart du personnel de l'antiquariat ou des bars-café-salons de thé est enregistré comme salarié contre plus de 80 % pour le bricolage, la puériculture ou les supermarchés. Par secteur, le taux de salarisation est fortement corrélé avec la part du commerce intégré dans le secteur, et assez logiquement la taille des établissements et des entreprises.

La féminisation des secteurs est extrêmement variable. Même si elle ne peut être mesurée de manière fiable que pour l'emploi salarié, on constate qu'il y a des secteurs très féminins (la parfumerie, le textile et son entretien, tout ce qui touche aux soins à la personne) et d'autres secteurs très masculins (l'automobile, le bricolage, l'électroménager). Tout cela n'est pas sans lien avec les représentations et stéréotypes genrés sur les professions. Notons, au niveau des secteurs, une corrélation forte entre le degré de féminisation et le taux de travailleurs salariés à temps partiel.

Le nombre d'équivalents temps plein par mètre carré de surface nette de vente varie également fortement, les secteurs générant le plus d'emplois par mètre carré étant généralement ceux où la dimension de préparation de produits et de service ou conseil au client sont les plus importants.

Notons que ces trois dimensions de la différenciation des secteurs d'activités du commerce de détail sont relativement indépendantes les unes des autres. En d'autres mots, une forte salarisation n'implique pas forcément une forte féminisation ni un nombre d'emplois par mètre carré faible.

Type de commerce	points de vente	emplois ETP	ETP / points de vente	ETP / entreprise	m² surface nette		commerce intégré		densité ETP/100 m²	salarisation % ETP	emploi salarié		
					total	c. Intégré	% magasins	% surface			% ETP femme	ETP/poste	% ETP
hypermarché	68	8075	118,7	288,4	8711	8711	100%	100%	1,4	100%	63%	68%	63%
supermarché	2472	48052	19,4	51,6	974	981	95%	96%	2,0	98%	56%	80%	39%
non spécialisé-grands magasins	513	7937	15,5	12,3	848	1718	26%	53%	1,8	94%	64%	77%	43%
produits surgelés	128	916	7,2	6,4	530	591	83%	92%	1,4	88%	35%	86%	19%
puériculture	443	931	2,1	4,4	267	293	34%	38%	0,8	83%	85%	81%	33%
jeux	851	2599	3,1	4,2	336	718	30%	63%	0,9	82%	62%	87%	23%
animalerie	956	1443	1,5	4,6	239	458	16%	30%	0,6	82%	54%	82%	23%
bricolage-construction-jardin	6160	14701	2,4	4,1	429	1070	17%	43%	0,6	81%	37%	83%	23%
wasserette-nettoyage à sec	2024	3599	1,8	3,9	-	-	10%	-	3,0	81%	91%	62%	68%
vêtements	13328	31692	2,4	3,8	151	306	23%	47%	1,6	80%	88%	75%	49%
meubles	1945	9571	4,9	3,7	1159	1412	11%	13%	0,4	79%	42%	80%	31%
articles de sport	1138	4360	3,8	3,5	260	1033	9%	37%	1,5	77%	47%	83%	31%
parfumerie-produits de beauté	711	4215	5,9	3,4	89	128	49%	71%	6,6	77%	95%	79%	54%
chaussures-maroquinerie	3038	7426	2,4	3,3	172	403	25%	59%	1,4	76%	86%	77%	45%
boucherie	3999	11930	3,0	3,1	32	39	15%	19%	9,3	74%	52%	71%	34%
vente et entretien auto	10947	49089	4,5	2,8	-	-	4%	-	7,1	72%	12%	87%	9%
articles médicaux	504	1783	3,5	2,7	59	63	38%	41%	6,0	71%	66%	86%	24%
pharmacie	5085	13273	2,6	2,7	33	37	14%	16%	8,0	70%	87%	71%	47%
électro-multimedia	4392	16722	3,8	2,5	151	279	27%	50%	2,5	68%	28%	90%	13%
CD-DVD	434	475	1,1	2,4	96	150	26%	40%	1,1	68%	43%	73%	42%
carburant-combustible	3342	6266	1,9	2,4	-	-	79%	79%	3,1	67%	51%	79%	28%
traiteur-catering	1197	16806	14,0	3,3	-	-	3%	-	23,4	67%	48%	70%	34%
revêtement mur et sol	1993	2841	1,4	2,1	324	633	9%	17%	0,4	64%	46%	84%	22%
pompes funèbres	902	1807	2,0	2,2	-	-	0%	-	3,3	64%	32%	42%	36%
livres	825	1788	2,2	2,0	148	257	24%	42%	1,5	62%	71%	80%	40%
restaurant	15772	40646	2,6	2,6	-	-	0%	-	4,3	61%	36%	57%	43%
épicerie-superette	8653	17559	2,0	1,9	134	517	14%	53%	1,5	59%	64%	74%	37%
articles de ménage	2640	5666	2,1	1,9	185	288	25%	38%	1,2	58%	85%	76%	48%
optique-photographie	2445	3912	1,6	1,8	54	91	22%	36%	2,9	57%	61%	84%	25%
poisson	465	890	1,9	1,8	39	-	0%	-	4,9	55%	46%	62%	37%
brocante	579	388	0,7	1,6	355	537	34%	52%	0,2	55%	39%	86%	16%
tissus-fil-mercerie	1453	458	0,3	1,7	152	433	4%	12%	0,2	54%	95%	76%	50%
boissons	1225	2704	2,2	1,7	180	416	4%	10%	1,2	53%	24%	79%	20%
chocolat-confiserie	1269	678	0,5	1,7	35	33	37%	35%	1,5	52%	89%	74%	31%
discothèque	971	1056	1,1	2,1	-	-	0%	-	1,8	52%	41%	25%	53%
fleurs-plantes	3551	6651	1,9	1,7	287	762	9%	23%	0,7	51%	56%	75%	32%
gibier-volaille	116	127	1,1	1,6	37	-	0%	-	3,0	50%	40%	61%	44%
boulangerie-pâtisserie	6385	24061	3,8	3,6	30	35	6%	8%	12,7	50%	52%	61%	35%
horlogerie-bijouterie	1815	2901	1,6	1,4	38	35	0%	0%	4,2	47%	74%	76%	39%
snack-fast-food	10464	27828	2,7	1,9	-	-	4%	-	4,4	46%	55%	58%	57%
instruments de musique	226	165	0,7	1,3	142	106	3%	2%	0,5	43%	16%	80%	24%
journaux-tabac-papetterie	4612	5498	1,2	1,4	65	155	6%	15%	1,8	43%	67%	73%	37%
crèmerie	222	589	2,7	1,4	31	-	0%	0%	8,5	41%	65%	68%	47%
cycles-moto	1800	2889	1,6	1,4	101	159	1%	1%	1,6	40%	16%	81%	17%
cadeaux-souvenirs-art-collection	1481	3844	2,6	1,3	119	-	0%	0%	2,2	40%	67%	79%	35%
coiffure	13276	22283	1,7	1,2	-	-	3%	-	2,8	39%	86%	72%	42%
videothèque	695	619	0,9	1,2	-	-	31%	-	1,5	38%	46%	63%	42%
reprographie	1580	3312	2,1	1,3	-	-	2%	-	3,5	37%	57%	80%	29%
fripes	360	1544	4,3	1,1	60	89	3%	4%	7,1	35%	41%	76%	29%
cordonnerie	884	844	1,0	1,2	-	-	10%	-	1,6	32%	18%	87%	13%
café-bar-salon de thé	15369	23726	1,5	1,4	-	-	0%	-	2,6	24%	48%	48%	52%
armes	-	139	-	1,0	-	-	-	-	-	20%	33%	73%	34%
antiquités	902	1225	1,4	0,9	145	-	0%	0%	0,9	18%	46%	77%	26%
soins personnels	4600	17751	3,9	0,9	-	-	4%	-	6,3	16%	90%	63%	51%
tatouage-piercing	207	168	0,8	0,8	-	-	0%	-	1,4	15%	51%	70%	39%
toiletage	673	462	0,7	0,9	-	-	0%	-	1,1	7%	79%	77%	25%

Tableau 1 : caractéristiques sectorielles du commerce de détail en Belgique.
Source : calculs ULB-IGEAT d'après Locatus et SPF Economie, ONSS, INASTI, TVA, 2009-2011.

4. Commerçants, employeurs, employés : importance et structure de l’emploi à Bruxelles

L’emploi régional bruxellois, y compris indépendant, dans le commerce de détail (incluant l’Horeca et la vente automobile, mais pas les banques assurances ou le commerce non sédentaire) est selon notre estimation de l’ordre de 58 000 équivalents temps-plein en 2011, dont plus de 18 000 pour l’Horeca et plus de 3 000 pour la vente et l’entretien auto et cycle. Cela représente 10% de l’emploi total régional tous secteurs confondus. Le commerce alimentaire non spécialisé génère plus de 8 500 emplois. Les plus de 5 000 équivalents temps plein de la vente de vêtement soulignent le potentiel des grandes rue marchandes et des centres commerciaux urbains et semi-périphériques.

Le reste de la région urbaine [5] [selon Van Hecke *et al.*, 2009], la banlieue compte plus de 43 000 équivalents temps plein, dont près de 20 000 rien que pour les communes du rand limitrophes de la région bruxelloise. Les 100 000 équivalents temps plein de la région urbaine de Bruxelles au sens large représentent 20% de l’emploi national dans le commerce de détail. Une partie de cet emploi

peut ne pas être exercé en magasin, mais bien dans les sièges centraux et les centres logistiques.

Cet emploi (tableau 2) est largement un emploi de type salarié : 75% à Bruxelles, 72% dans le rand limitrophe et 70% dans le reste du rand. Cependant, les niveaux de salarisation varient significativement d'une commune à l'autre de la zone d'étude. On trouve plus de 75% de salariés dans le cœur de l'hypercentre (Bruxelles et Ixelles), dans les communes ayant des rues commerçantes prisées par les enseignes (Etterbeek, Uccle), mais aussi et surtout dans celles où sont implantés des centres commerciaux ou des parcs commerciaux (Woluwe-Saint-Lambert, Berchem-Sainte-Agathe, Auderghem, Wavre, Ottignies, Zaventem, Drogenbos). Notons que ces forts taux d'emplois salariés sont explicables non seulement par une structure faisant la part belle au type de commerces caractérisés par une forte salarisation, mais aussi par un effet local lié au type de noyaux et à la forte présence du commerce intégré (voir tableau 2 et encadré 1). Quelques taux de salarisation particulièrement élevés s'expliquent par la présence de sièges sociaux ou de centres logistiques de la grande distribution (Evere avec Carrefour, Halle avec Colruyt, Asse avec Delhaize).

A contrario, les communes péricentrales de l'ancien axe industriel bruxellois ont un taux de salarisation nettement inférieur à la moyenne, témoignant d'une importance plus marquée des indépendants (et de leurs aidants familiaux) dans l'offre commerciale. Ces mêmes communes se distinguent par un taux de féminisation plus faible de l'emploi salarié, cohérent avec le taux d'activité féminin qui caractérise ces quartiers d'ancienne immigration. À nouveau, le taux de féminisation très faible de Halle doit se comprendre dans la logique d'activités de manutention plutôt que de vente.

La taille des établissements se structure de la même manière. Les points de vente occupent plus de salariés dans l'hypercentre et surtout en périphérie alors que dans les communes du croissant pauvre bruxellois, les établissements sont en général plus petits, tout comme dans les communes où le commerce se limite à l'approvisionnement de proximité (Watermael-Boitsfort ou Ganshoren par exemple). Ces moyennes locales ne doivent cependant pas occulter que la grande diversité sectorielle propre à la ville dense engendre des niveaux de salarisation, de féminisation et des tailles d'employeurs très divers, surtout dans la ville dense. Il y a beaucoup de petits et moyens employeurs et quelques grands, concentrés dans quelques secteurs dont la grande distribution alimentaire. Mais même ces très grands employeurs emploient en fait leurs travailleurs sur de multiples sites de taille moyenne.

Encadré 1. Mesurer l'effet de structure et les spécificités locales

Pour examiner l'influence de la nature des activités commerciales sur des indicateurs tels que la proportion des salariés, la densité d'emploi ou la proportion d'enseignes, nous avons procédé à une analyse « structure et résidu » inspirée de la technique du « shift-and-share » [Hoover et Giarratani, 1985 ; Sanders et Durand-Dastès, 1985]. Le principe est de calculer pour chaque commune la valeur de l'indicateur qui aurait été observée si chaque type de commerce y avait la même proportion d'enseignes/de salariés ou la même densité d'emploi qu'au niveau national.

Le rapport entre la proportion ou la densité réellement observée et les proportions ou densités théoriques calculées informe sur la spécificité locale, au-delà de l'effet de structure. Cet indice est appelé **composante spatiale**, par opposition à la **composante structurelle** issue de l'application des proportions ou densités sectorielles nationales à l'offre existante de la commune ventilée par type. La composante structurelle est le rapport entre la proportion ou densité attendue et la proportion ou densité moyenne nationale.

Le résultat de ce type d'analyse est fonction du découpage en catégories. On pourrait penser que l'idéal est de nuancer au maximum, mais, en pratique, un raffinement excessif transfère de l'information de la composante spatiale vers la composante structurelle. Les 56 types de commerces utilisés ici, issus du croisement de la nomenclature Locatus et de NACE-BEL, constituent un découpage raisonnable et adéquat.

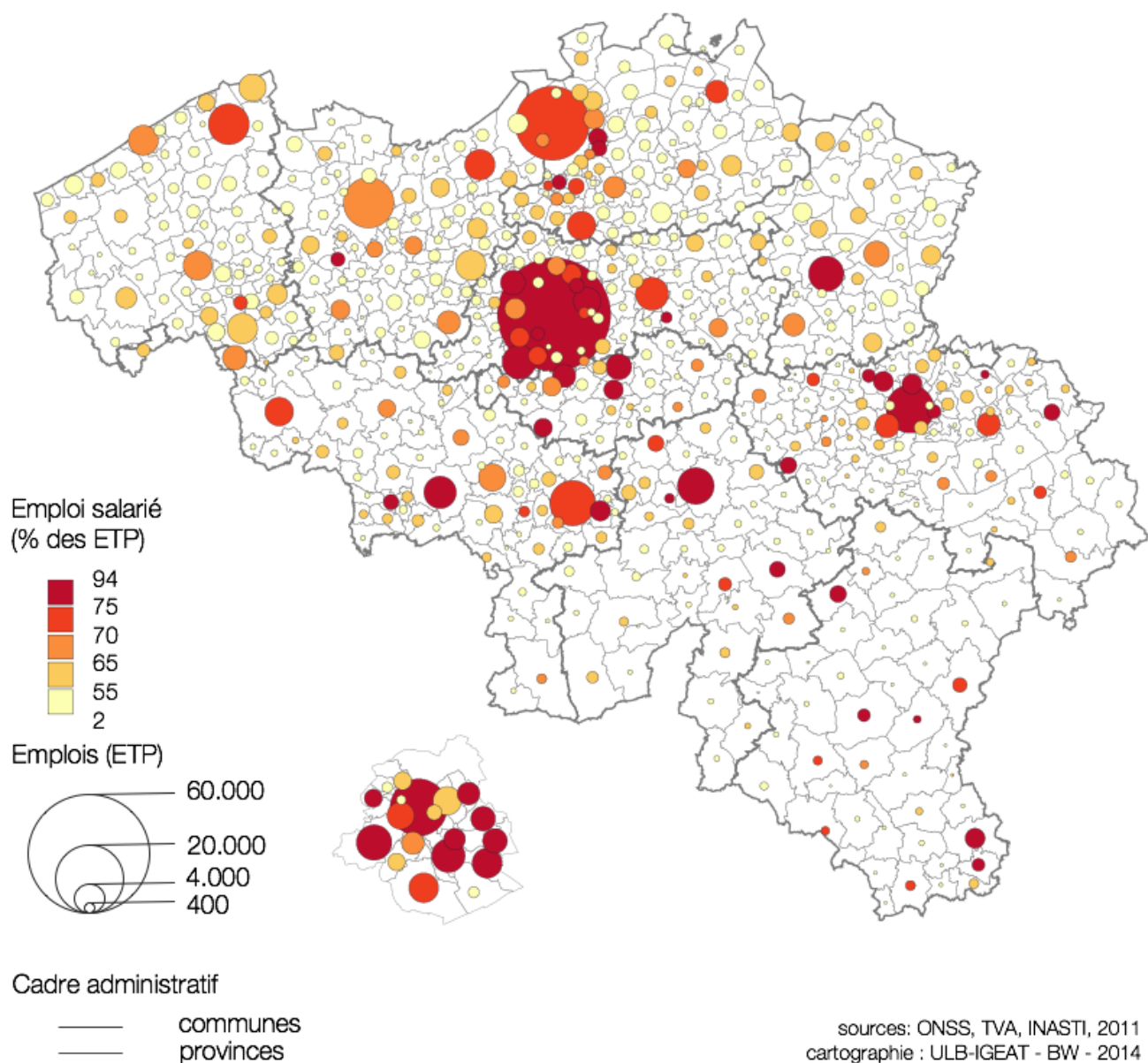


Figure 1 : part de l'emploi salarié, en équivalent temps-plein, par commune.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après ONSS, INASTI, TVA, 2011.

	Emploi total								Emploi salarié				
	ETP	ETP/point de vente	ETP par 100 m2	composante structurelle	composante spatiale	part ETP salariés	composante structurelle	composante spatiale	part ETP féminin	ETP/poste	part temps partiel	part établissement 10+ salariés	part entreprise 100+ salariés
Belgique	488879	2,8	2,1	1,00	1,00	64%	1,00	1,00	53%	0,73	36%	57%	21%
Région de Bruxelles-Capitale	57929	3,1	3,1	1,17	1,27	76%	1,03	1,16	49%	0,75	35%	66%	29%
Rand	20610	5,0	2,8	0,90	1,47	72%	1,09	1,04	41%	0,78	29%	78%	39%
reste Région urbaine	23025	4,0	2,9	1,02	1,38	70%	1,09	1,01	44%	0,78	32%	66%	37%
Bruxelles-ville	14738	3,0	3,2	1,16	1,34	85%	0,99	1,34	51%	0,73	37%	65%	20%
Ixelles	5043	2,4	2,9	1,27	1,11	81%	0,99	1,28	51%	0,70	40%	63%	14%
St. Gilles	2289	2,0	2,7	1,34	0,98	70%	0,91	1,19	54%	0,73	38%	57%	6%
St. Josse	1045	2,3	3,3	1,35	1,15	56%	0,96	0,91	47%	0,72	35%	54%	12%
Schaerbeek	3627	2,2	2,5	1,19	1,02	55%	0,95	0,91	39%	0,73	31%	53%	16%
Koekelberg	398	2,2	3,5	1,71	0,98	43%	0,83	0,80	46%	0,69	34%	58%	2%
Molenbeek	3362	3,3	2,9	1,10	1,25	70%	1,18	0,93	38%	0,82	21%	73%	58%
Anderlecht	5639	3,3	2,3	1,01	1,08	76%	1,06	1,12	49%	0,77	39%	67%	38%
Forest	1351	3,0	3,5	1,31	1,30	58%	0,99	0,93	43%	0,75	29%	65%	19%
Evere	2294	7,4	5,3	1,29	1,96	83%	1,27	1,03	42%	0,81	21%	89%	72%
Etterbeek	2088	2,8	3,2	1,28	1,21	79%	1,03	1,20	61%	0,71	43%	63%	15%
Woluwe St. Lambert	2730	3,8	2,6	1,09	1,14	82%	1,08	1,18	58%	0,77	37%	64%	28%
Woluwe St. Pierre	1388	3,4	4,2	1,33	1,52	71%	1,04	1,08	47%	0,75	36%	59%	15%
Auderghem	4039	10,4	6,7	1,06	3,01	92%	1,07	1,33	46%	0,81	33%	90%	62%
Watermael-Boitsfort	541	2,7	3,8	1,45	1,25	53%	0,90	0,92	46%	0,66	44%	33%	1%
Uccle	3965	3,1	3,1	1,18	1,26	70%	1,01	1,08	52%	0,74	34%	55%	17%
Berchem St. Agathe	1438	5,3	2,9	0,96	1,45	82%	1,14	1,12	47%	0,76	34%	76%	60%
Ganshoren	503	2,4	3,1	1,43	1,03	52%	0,87	0,93	50%	0,79	28%	38%	6%
Jette	1449		3,3	1,35	1,16	61%	1,00	0,96	50%	0,73	39%	49%	33%
Vilvoorde	1803	3,2	2,4	1,10	1,05	72%	1,01	1,11	56%	0,76	36%	69%	22%
Asse	2758	6,7	5,8	1,14	2,45	81%	1,33	0,96	22%	0,81	15%	88%	80%
Halle	5162	8,3	6,7	1,06	3,03	90%	1,39	1,01	30%	0,85	27%	89%	82%
Nivelles	1535	3,1	2,6	1,08	1,15	80%	1,07	1,18	51%	0,74	38%	57%	22%
Waterloo	2427	3,8	1,9	0,88	1,03	78%	1,07	1,14	48%	0,74	38%	64%	28%
Wavre	2977	4,2	2,5	0,87	1,34	83%	1,08	1,21	47%	0,80	30%	65%	22%
Ottignies	1691	3,4	2,2	1,04	1,00	82%	1,03	1,24	55%	0,77	38%	59%	20%
Zaventem	3392	8,4	3,2	0,66	2,29	86%	1,06	1,28	44%	0,80	29%	86%	22%
Machelen	985	7,1	2,3	0,76	1,44	85%	1,21	1,10	50%	0,70	41%	90%	48%
Dilbeek	1971	4,7	3,8	1,16	1,58	65%	0,93	1,10	47%	0,77	24%	73%	3%
St. Pieters Leeuw	1725	4,8	1,9	0,85	1,08	74%	1,09	1,06	39%	0,81	27%	80%	48%
Drogenbos	784	8,4	1,6	0,65	1,18	93%	1,15	1,27	34%	0,81	30%	84%	27%

Tableau 2 : caractéristiques locales de l'emploi dans le commerce de détail dans la Région urbaine de Bruxelles. ETP= équivalent temps-plein. m²= surface nette de vente (voir encadré 2). Pour le mode de calcul des composantes structurelle et spatiales, voir encadré 1.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après SPF Economie, ONSS, INASTI, TVA et Locatus 2009-2011.

Délimitation de la Région urbaine selon Van Hecke et al., 2009.

5. La densité d'emploi

La densité d'emploi par mètre carré de surface nette de vente est avant tout une variable sectorielle qui traduit les logiques de fonctionnement d'un type de commerce mais aussi les différentiels de productivité entre types ou formes de commerce. Il y a un lien avec la taille moyenne des points de vente, la relation surface/emplois étant loin d'être linéaire. Les activités qui ont le plus faible ratio d'emplois par mètre carré sont celles qui sont grandes consommatrices d'espace du fait du caractère volumineux des produits et/ou d'importants besoins de stockage dans le point de vente. *A contrario*, les activités qui génèrent le plus d'emplois au regard de leur surface sont celles où la dimension de service et/ou de transformation des produits est la plus marquée.

En région de Bruxelles-Capitale, mais aussi dans sa périphérie, la densité d'emplois par unité de surface nette de vente est largement au-dessus de la moyenne nationale (tableau 2). On compte 3,1 emplois (ETP) par 100 m² à Bruxelles, contre seulement 2,1 en moyenne pour le royaume. Quelques communes ont des valeurs plus faibles (Anderlecht et, en périphérie, Drogenbos, Sint-Pieters-Leeuw ou Waterloo). Elles sont toutes caractérisées par la présence d'hypermarchés et de grandes surfaces spécialisées. Les activités typiques de ces grandes surfaces périphériques ont de plus faibles densités

d'emplois par mètre carré. Mais la densité d'emplois est supérieure à ce que l'on observe pour les mêmes activités ailleurs en Belgique. *A contrario*, on observe des densités d'emplois très élevées dans certaines communes (Evere, Asse-Zellik, Halle...) correspondant aux sièges sociaux et centres logistiques de la grande distribution. Là, on rapporte de l'emploi de bureau ou d'entrepôt à de la surface de vente.

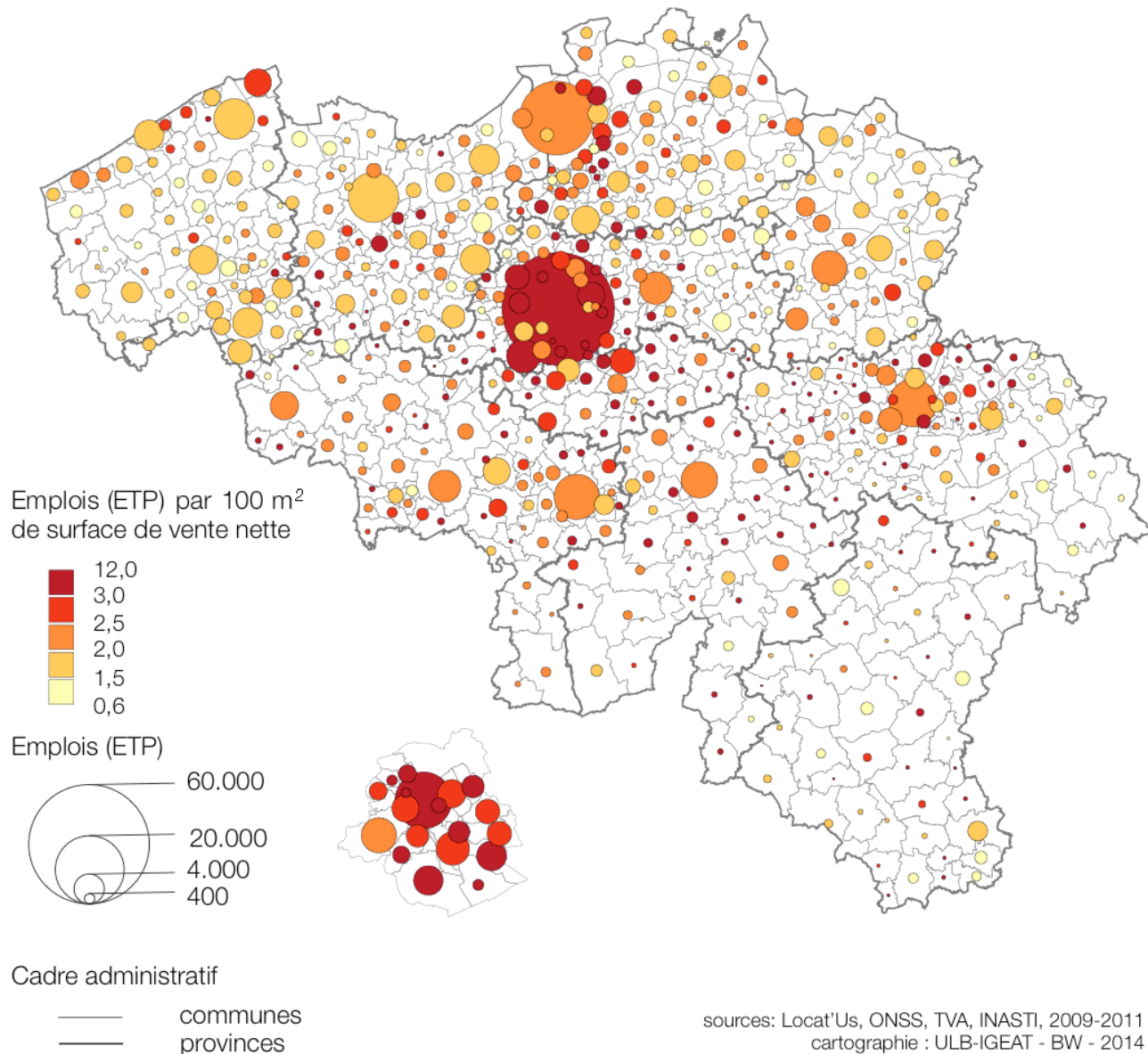


Figure 2 : emplois (en équivalent temps-plein) par 100 m² de surface nette de vente, par commune.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après Locatus, ONSS, INASTI, TVA, 2009-2011.

Globalement, dans l'aire métropolitaine bruxelloise, les commerces génèrent donc proportionnellement plus d'emplois qu'ailleurs en Belgique, y compris au sein d'un type donné. Cela s'explique largement par la densité du marché et l'importante clientèle à servir, mais aussi par les coûts de l'immobilier et les possibilités d'agrandissement qui contraignent à optimiser l'usage de l'espace. Dans la zone centrale de la ville, la densité de la population, l'espace limité et les prix de l'immobilier obligent à augmenter le personnel plus que la surface. Un gradient centre-périphérie assez net s'observe d'ailleurs pour la surface moyenne des points de vente (voir tableau 3), qui, hors

hypercentre, croît avec l'éloignement. Le phénomène est clairement plus marqué à Bruxelles qu'à Anvers ou Liège, ce qui suggérerait un poids plus important du facteur immobilier.

Encadré 2. Surface nette, louable et brute : à manier avec prudence

La surface commerciale nette est la surface accessible et visible pour les clients : ce sont les locaux dans lesquels les commerçants reçoivent leurs clients. La surface brute louable (GLA pour gross leasable area) comprend en plus les réserves et des locaux techniques et réservés au personnel. Enfin, pour les centres commerciaux, on considère aussi la surface bâtie brute, augmentée de la part de la surface bâtie qui ne peut être louée aux commerçants, mais qui fait intrinsèquement partie du centre commercial : allées, locaux de gestion, locaux techniques, etc.

D'après les données que nous avons pu recueillir dans les shopping centers belges, la surface brute louable représente en moyenne 57% de la surface bâtie brute et la surface commerciale nette 76% de la surface brute louable (les surfaces de stockage des magasins sont souvent très réduites dans les centres commerciaux), soit 43% de la surface bâtie brute. Par exemple, le centre commercial de Wijnegem, le plus grand de Belgique, est souvent présenté comme un centre commercial de 125 000 m², mais il s'agit de surface bâtie brute, la surface louable brute des magasins ne représente que 57 440 m² et la surface nette 40 441 m². Ces proportions sont néanmoins fort variables d'un centre à l'autre.

6. Formes d'exploitation : variations sectorielles et spatiales du degré d'intégration

L'importance de l'offre bruxelloise est associée à une diversification et une spécialisation des noyaux commerciaux. La diversité des quartiers et des publics font que la structure des activités commerciales présentes varie fortement d'un lieu à l'autre.

Les formes d'exploitation diffèrent significativement en fonction du type d'activité, mais aussi de l'endroit où elle s'exerce. Les enseignes ou chaînes constituent le commerce intégré qui regroupe des commerces sous des statuts divers (succursalistes, franchises, chaînes volontaires, coopératives). Le petit commerçant aux yeux du grand public est juridiquement un commerçant indépendant isolé. Mais son commerce peut être très grand en surface, puisque la taille n'intervient en fait pas dans la définition... (encadré 4).

La figure 3 rapporte, par commune, les surfaces commerciales du commerce intégré et associé à celle de l'ensemble du commerce. Le tramage indique donc la part que représentent les enseignes dans l'offre commerciale locale.

Outre le poids plus important des enseignes en Wallonie, ce qui ressort tout d'abord de la carte, c'est que les lieux où les enseignes sont proportionnellement les plus présentes sont les espaces urbains et métropolitains. C'est que, la part des enseignes en un lieu est avant tout le reflet de la proportion des

différents types de commerces présents, variable dont on a déjà souligné la disparité sectorielle. Comme les différents secteurs sont très inégalement investis par le commerce intégré, cette composante structurelle est importante. En rapport à l'importance locale de l'ensemble du commerce, les périphéries de Bruxelles, Anvers ou Liège sont mises en évidence. Elles ont les taux les plus élevés, au-delà de 50%, alors que le centre de ces agglomérations se situe dans la classe juste inférieure, entre 40 et 50%.

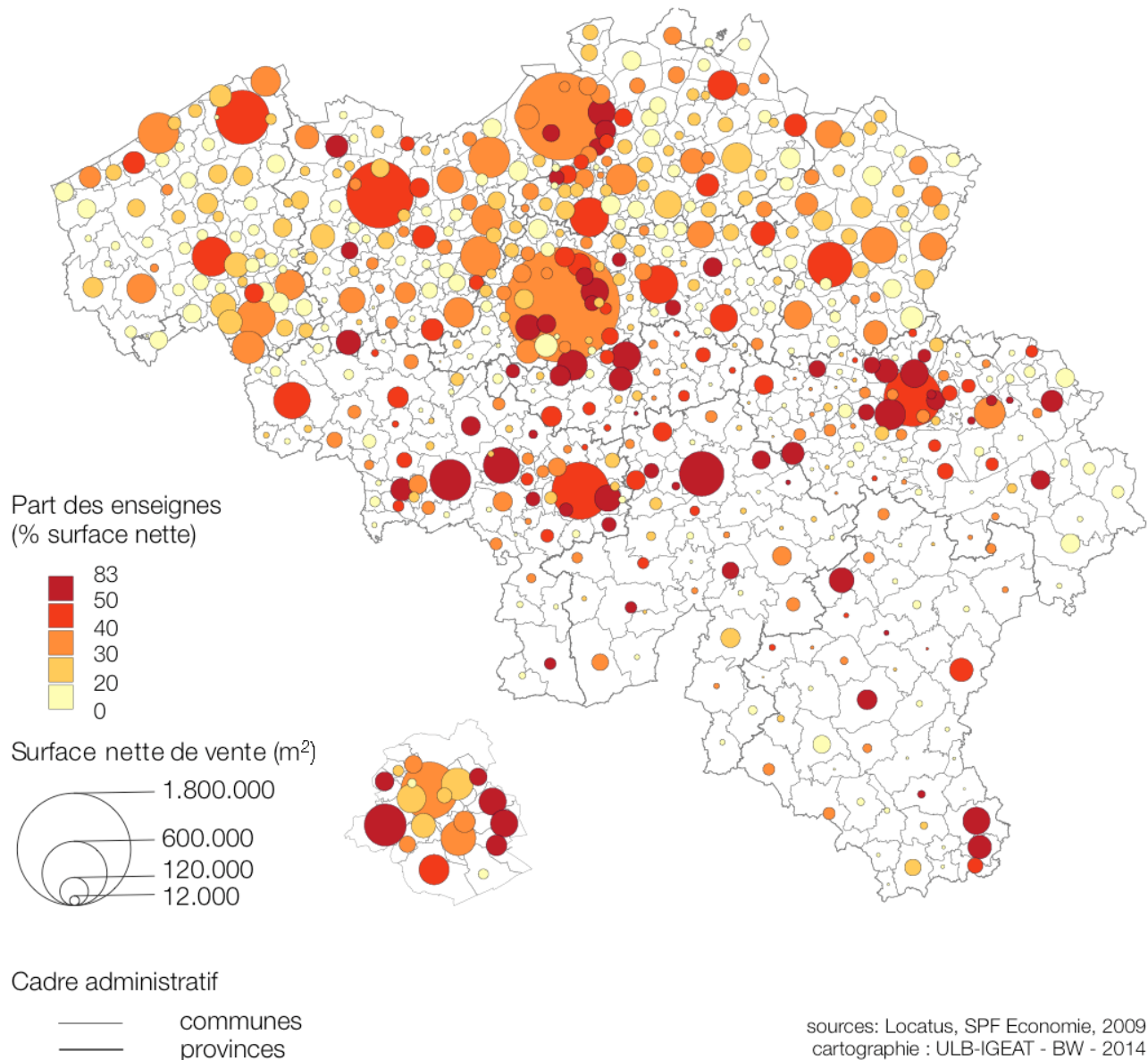


Figure 3 : part des enseignes dans la surface nette de vente, par commune.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après Locatus et SPF Économie, 2009.

Le focus sur le découpage communal de la région bruxelloise montre bien que les enseignes sont majoritaires dans les espaces commerciaux situés à l'interface de la ville dense et de sa banlieue. Dans l'aire métropolitaine bruxelloise, les communes hébergeant les principaux centres commerciaux planifiés du pays sont soulignées (Woluwe, Anderlecht, Louvain-la-Neuve) tout comme celles accueillant les principaux hypermarchés, retails parcs et corridors commerciaux (Wavre, Waterloo, Anderlecht, Drogenbos, Zaventem autour de Bruxelles).

Cela confirme que les enseignes privilégient les espaces aux plus forts potentiels de marché (les principales aires urbaines), avec une prédilection pour les nodules récents des espaces périurbains [Devillet *et al.*, 2014]. La croissance de la population se fait dans ces espaces à partir des années 1950, simultanément avec le développement du commerce moderne, qui a pu se développer dans un espace commercial presque vierge. Dans les parties plus centrales des agglomérations, le commerce moderne a dû composer avec le commerce traditionnel déjà bien développé. La présence des enseignes est donc maximale dans les lieux hébergeant des espaces commerciaux planifiés (centres commerciaux, retails parks et voisinage des hypermarchés) et dans les polarités périphériques récentes plus spontanées (corridors commerciaux, centre de petites villes englobées dans la banlieue des grandes villes). Au cœur des grandes agglomérations, les enseignes sont aussi présentes dans le cœur de l'hypercentre [Grimmeau *et al.*, 2004] et dans certains des noyaux secondaires importants (par exemple, en région bruxelloise, Uccle, mais pas Molenbeek).

Le cœur des grandes villes comme Bruxelles ou Anvers ne sont pas les endroits où la présence relative des enseignes est maximale, notamment parce que les différentes parties des aires urbaines sont loin d'être investies de manière uniforme. Au sein des aires urbaines, c'est le reste de l'agglomération morphologique (à Bruxelles, une large partie du Rand), située entre la commune centrale et la banlieue, qui combine une composante structurelle de l'offre propice aux enseignes avec une composante spatiale favorable (tableau 3). Il s'agit là clairement d'espaces urbanisés dans la seconde moitié du 20^e siècle, donc largement avec les formes modernes de distribution [Grimmeau, 2013].

Le centre-ville a une structure commerciale beaucoup plus diversifiée et qui ne fait pas forcément la part belle aux secteurs où les enseignes abondent. Mais la présence de high-streets ou de centres commerciaux urbains en fait des lieux de présence obligée pour les enseignes, dont l'implantation est guidée par les courtiers qui commercialisent ces espaces [Grimmeau *et al.*, 2002]. Mais dans les marges spécialisées de l'hypercentre [Grimmeau *et al.*, 2004] et encore plus dans les espaces péricentraux densément peuplés des grandes villes, les enseignes sont nettement moins présentes. Il y a clairement une spécificité associée aux communes de première couronne urbaine. La part du commerce intégré y est nettement plus faible, non seulement par un effet de structure, mais aussi grâce à un effet local qui renforce la tendance.

Outre une présence ancienne d'une offre traditionnelle qui oppose une certaine résistance au développement des enseignes, on peut y voir l'effet du commerce ethnique, lequel satisfait des besoins moins standardisés et donc (pour le moment) moins pris en compte par le commerce intégré. Le commerce étant traditionnellement un secteur d'insertion pour les populations issues de l'immigration, les structures entrepreneuriales restent, dans ces espaces, plus familiales. Ce commerce atteint parfois un rayonnement largement supra-métropolitain comme les commerces de la rue du Brabant ou de Matongé.

Le maintien d'une part significative de commerce non intégré au sein d'une grande aire urbaine est symptomatique de la diversité urbaine. Les différents types d'opérateurs ont notamment des logiques

d'approvisionnement extrêmement différenciées. Au contraire de ce qui s'observe dans la périphérie ou au cœur de l'hypercentre, la part des types de commerces dont la chaîne logistique est intégrée et optimisée autour de centrales logistiques est plus faible dans les espaces denses péricentraux. Les commerces non intégrés s'approvisionnent notamment auprès de grossistes qui sont plus localisés dans les marges urbaines semi-industrielles là où se rencontre un équilibre entre une disponibilité d'espace suffisant et un coût du foncier raisonnable tout en permettant une bonne accessibilité routière à la ville dense. Ces commerces non intégrés contribuent dès lors plus à l'offre bruxelloise d'emplois peu qualifiés associés au commerce de gros que les centrales logistiques de la grande distribution, plus périphériques [Strale et Wayens, 2013]. Cette articulation entre commerce de détail et grossistes est toutefois aujourd'hui fragilisée : le commerce de gros subit la baisse de sa clientèle, c'est-à-dire les détaillants indépendants, sous la pression des enseignes internationales et de la grande distribution. Dans le même temps, l'augmentation de la pression foncière sur les espaces semi-industriels de la zone du canal a tendance à chasser ces grossistes vers la périphérie. Enfin, les mesures visant à limiter le trafic de marchandises en ville pourraient également avoir des conséquences préjudiciables aux commerces qui ont des localisations très centrales.

Encadré 3. Deux exemples d'activités de grossistes implantés en région de Bruxelles-Capitale

- Les grossistes du textile. A Bruxelles, le quartier du triangle, au nord de la gare du Midi, a développé une activité liée aux commerces du textile suite à l'arrivée d'une forte communauté juive durant l'entre-deux-guerres. Bien que le quartier ait perdu sa population juive, le commerce de gros du textile y est resté très actif. Jusque dans les années 60, il était prévu de renforcer ce pôle. Ce projet a été abandonné au profit de la création dans les années 70 du Trademart, grande zone d'exposition et de vente de gros sur le plateau du Heysel. Ceci marque un premier mouvement de périurbanisation de l'activité du commerce de gros. Malgré tout, le quartier du triangle conserve une dense activité de grossistes, bien qu'en déclin.
- Le marché matinal (MABRU). Le marché matinale de Bruxelles est spécialisé dans les produits alimentaires. Créé en 1973 pour rassembler les activités localisées au centre-ville et remplacer le marché qui se tenait sur la Grand-Place, il fut localisé le long du canal à hauteur du Pont Van Praet. Ce choix répond à une meilleure accessibilité routière, mais se traduit par une périphérisation de l'activité. Aujourd'hui, il est envisagé de déplacer le marché matinal encore plus au nord, sur les terrains de Schaerbeek-Formation.

Le déclin et la périphérisation de ce secteur sont néfastes à la situation de l'emploi bruxellois. Ces entreprises correspondent en effet à un volume d'activités et d'emplois élevés et notamment à des postes de travail peu qualifiés dont manque la main-d'œuvre bruxelloise. Le récent intérêt des autorités publiques régionales ou portuaires pour les problématiques logistiques à Bruxelles semble témoigner d'une prise en compte tardive de cette problématique. Il s'agit en particulier d'un enjeu à

prendre en compte dans le cadre de l'affectation des derniers grands espaces disponibles en région de Bruxelles-Capitale [Strale et Wayens, 2013].

Encadré 4. Entreprise, établissement, succursale, franchise, enseigne, commerce intégré

Une **entreprise** peut comprendre plusieurs **établissements**, ou sièges d'**exploitation**. Les établissements diffèrent par la localisation. Une entreprise de commerce de détail peut disposer de plusieurs points de vente, mais aussi d'un siège administratif et d'entrepôts ; chacun de ces sites constitue un établissement. Le nombre d'établissements est toujours supérieur au nombre d'entreprises.

Les **entreprises** sont statistiquement identifiables puisqu'elles constituent des personnes morales et sont notamment redevables de **la TVA**, ce qui induit une collecte par l'administration fiscale et donc une trace statistique, répertoriée au siège social (qui n'est pas forcément un siège d'exploitation. Les **indépendants** qui sont souvent à leur tête paient des cotisations sociales auprès de **l'INASTI**. Les **établissements**, s'ils ont des salariés, sont identifiés en tant que tel dans les statistiques dites décentralisées de **l'ONSS**, organisme en charge de la collecte des cotisations sociales et dès lors principal producteur de statistiques sur l'emploi salarié. Les relevés des points de vente et surfaces commerciales de la société **Locatus** distinguent ce qu'ils nomment les filiales, c'est-à-dire les points de vente des chaînes de magasins, plus communément appelés "**enseignes**". Au sens de Locatus, une chaîne de magasins ou enseigne doit compter au moins 7 points de vente.

Les points de vente d'un **réseau** regroupés sous une même **enseigne** peuvent être gérés en **succursale** (le gérant est salarié) ou en **franchise** (dirigée par un indépendant dans le cadre d'une entreprise distincte). Les deux modes de gestion peuvent coexister au sein d'un même réseau. Toutes les succursales d'une même entreprise portent le même numéro de TVA, tandis que chaque siège franchisé a son propre numéro.

Le croisement de l'INASTI, de l'ONSS et de la TVA permet d'évaluer la part des indépendants et des salariés, tout en sachant que les indépendants peuvent évidemment employer des salariés. Aucun croisement des données présentées ici ne permet, à l'échelle communale, d'évaluer le nombre de franchisés. Il faut d'ailleurs noter que la législation ne définit pas la franchise, qui est en fait un contrat de distribution entre le propriétaire d'une marque (l'enseigne), dénommé franchiseur, et plusieurs commerçants indépendants, dénommés franchisés, financièrement, juridiquement et socialement indépendants, pour constituer un réseau commercial intégré [Ernst & Young, 2006].

L'exploitation des données Locatus permet d'évaluer, en nombre de points de vente et en superficie nette de vente, les enseignes et les points de vente "isolés". En fait, cela permet donc de distinguer le commerce intégré (franchisé et succursalistes donc). En 2006, une enquête auprès des enseignes, à l'échelle nationale et tous secteurs confondus, estimait que 44% des points de vente étaient exploités en succursale et 56% en franchise [Ernst & Young, 2006].

Selon les données publiées par Locatus, la part du commerce intégré est passé entre 2008 et 2015 de 15,6% à 23,2%, si l'on fait le dénombrement en points de vente, de 40,8% à 51,6% en recensant les surfaces nettes de vente. La concurrence entre commerce intégré et commerce non intégré (indépendants isolés) se fait par la mobilisation des dépenses des ménages, mais également en terme de structure de coûts, de capacité de modernisation et d'adaptation aux normes environnementales, ainsi que sur le marché de l'emploi. Par exemple, une partie des boucheries en fin d'activité ne trouvent pas de repreneur, car les jeunes bouchers trouvent, à l'issue de leur formation, des conditions de travail plus confortables dans le commerce intégré.

Le développement du commerce intégré contribue à la généralisation de la salarisation dans le commerce de détail, qui n'est pas la garantie de meilleures conditions de travail puisque le temps partiel, voire l'horaire coupé, y est très répandu. Du fait du développement de la franchise, l'accroissement des salariés ne se fait pas que dans le cadre de grandes entreprises où la représentation des travailleurs est assurée dans des conditions correctes et les conventions collectives plus favorables aux travailleurs.

NOM	Tous commerces		Commerce intégré				
	points de vente	surface moyenne (m2)	surface moyenne (m2)	part des points de vente	part de la surface de vente	composante structurelle	composante spatiale
Belgique	172217	136	407	12%	36%	1,00	1,00
Région de Bruxelles-Capitale	18544	100	330	11%	38%	0,96	1,08
Rand	4096	182	497	14%	47%	1,06	1,22
reste Région urbaine	5720	137	349	16%	42%	1,09	1,06
Bruxelles-ville	4877	93	290	9%	30%	0,79	1,03
Ixelles	2066	83	238	11%	33%	0,89	1,03
St. Gilles	1120	75	243	8%	22%	0,72	0,83
St. Josse	449	71	357	6%	22%	0,80	0,77
Schaerbeek	1625	88	499	6%	25%	0,94	0,72
Koekelberg	182	62	345	4%	10%	0,59	0,48
Molenbeek	1021	115	607	6%	20%	0,84	0,65
Anderlecht	1689	147	427	13%	56%	1,06	1,44
Forest	452	84	589	6%	33%	1,11	0,82
Evere	312	139	614	12%	63%	1,48	1,18
Etterbeek	754	85	227	13%	35%	0,93	1,03
Woluwe St. Lambert	725	145	372	18%	58%	1,25	1,28
Woluwe St. Pierre	403	81	195	16%	34%	1,05	0,90
Auderghem	389	156	531	14%	62%	1,33	1,29
Watermael-Boitsfort	200	72	235	8%	18%	0,72	0,70
Uccle	1281	100	225	16%	40%	1,01	1,09
Berchem St. Agathe	269	184	382	25%	75%	1,42	1,45
Ganshoren	212	77	256	8%	24%	0,73	0,89
Jette	518	86	295	11%	39%	1,06	1,00
Vilvoorde	561	134	277	17%	45%	0,98	1,27
Asse	410	115	325	12%	31%	0,93	0,91
Halle	625	123	332	14%	34%	1,07	0,88
Nivelles	493	120	219	21%	46%	1,05	1,21
Waterloo	645	198	423	23%	52%	1,35	1,07
Wavre	713	170	323	22%	52%	1,15	1,24
Ottignies	499	156	277	24%	52%	1,18	1,22
Zaventem	402	267	439	18%	68%	0,82	2,27
Machelen	138	311	2726	7%	62%	1,75	0,97
Dilbeek	423	124	323	13%	29%	0,92	0,86
St. Pieters Leeuw	359	250	897	13%	50%	1,32	1,04
Drogenbos	93	524	688	39%	83%	1,40	1,64

Tableau 3 : caractéristiques et formes d'exploitation des points de vente dans le commerce de détail dans la région urbaine de Bruxelles. m^2 = surface nette de vente (voir encadré 2). Pour le mode de calcul des composantes structurelles et spatiales, voir encadré 1.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après le SPF Économie, l'ONSS, l'INASTI, la TVA et Locatus 2009-2011.

Délimitation de la région urbaine selon Van Hecke et al., 2009.

7. Commerce intégré et densité d'emplois : quels profils territoriaux ?

L'analyse des caractéristiques des différents secteurs composant le commerce de détail montre une grande diversité en terme d'intégration, de tailles des entreprises et des établissements ainsi que de structure de l'emploi. Densité d'emplois, mais aussi degré de féminisation ou de recours au temps partiel sont des reflets de logiques de fonctionnement des différentes activités, qui restent intimement liées aux produits vendus. L'intensité de la salarisation est, dans une approche sectorielle, liée au poids du commerce intégré.

Quand on examine conjointement intégration, salarisation et densité d'emplois du commerce de détail dans l'aire métropolitaine bruxelloise (figure 4), plusieurs groupes de communes aux profils d'emplois et d'exploitation spécifiques émergent.

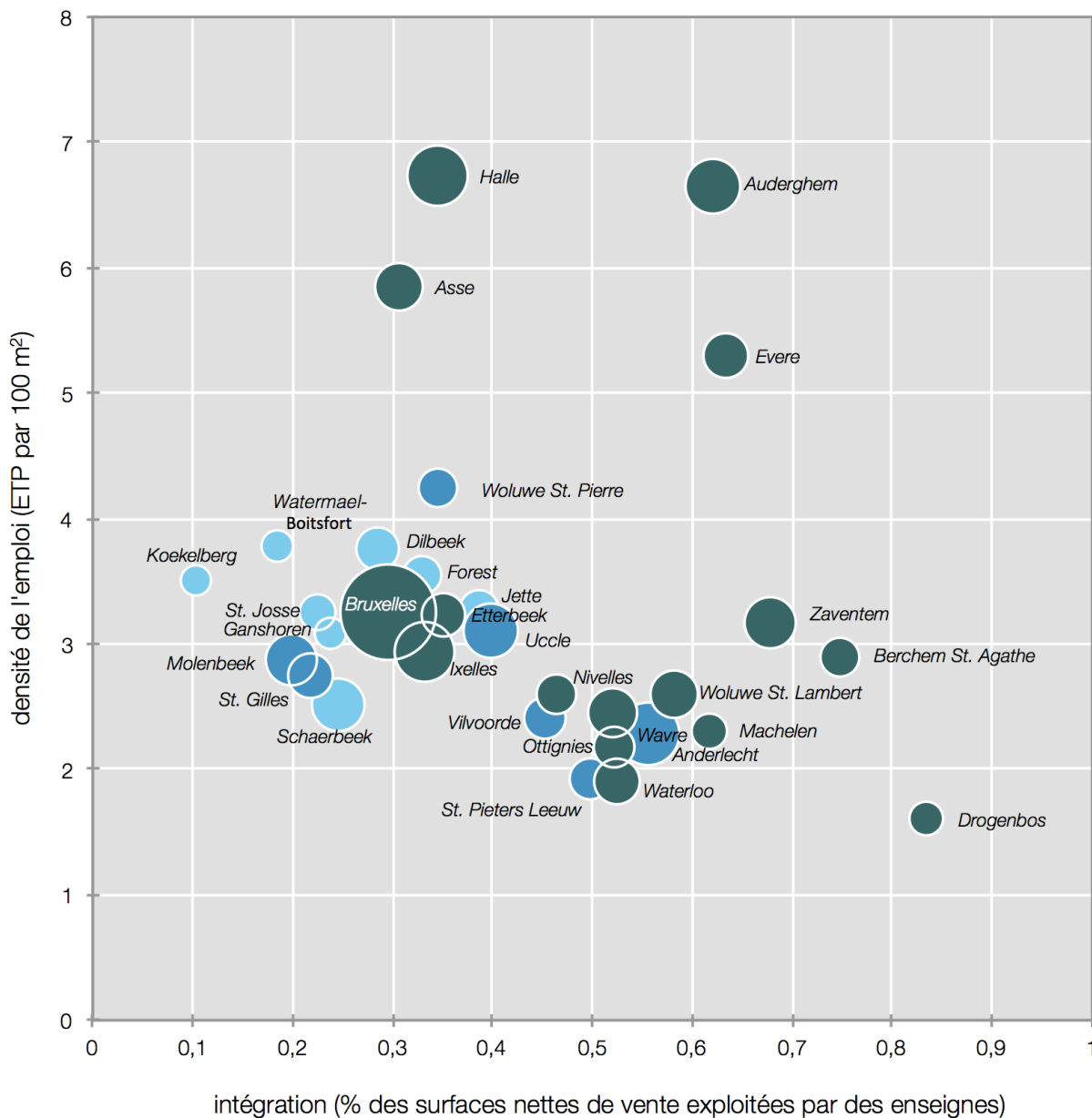


Figure 4 : intégration (% des m^2 exploités par des enseignes) et densité de l'emploi (ETP par $100 m^2$) dans la région urbaine de Bruxelles. Le taux de salarisation est figuré par le tramage des disques. Bleu

clair : 43-65%, bleu moyen : 66-76% , bleu foncé : 77-93%.

Source : calculs ULB-IGEAT d'après SPF Économie, ONSS, INASTI, TVA et Locatus 2009-2011.

La plupart des communes de la périphérie sont caractérisées par une forte intégration et une densité d'emploi relativement faible. On y retrouve les communes qui abritent soit les principales concentrations de grandes surfaces périphériques (Drogenbos, Machelen, Zaventem, Sint-Pieters-Leeuw), soit un shopping-center (Berchem-Sainte-Agathe, Woluwe-Saint-Lambert, Anderlecht, Ottignies-Louvain-la-Neuve, Nivelles), soit un appareil commercial mixte où le centre ville est complété de grandes surfaces périphériques (Wavre, Waterloo, Vilvoorde). La densité d'emplois un peu plus élevée de Zaventem s'explique peut-être par des plages d'ouvertures plus larges (liées à la présence de l'aéroport), ou, tout comme à Berchem-Sainte-Agathe, par la présence de sièges sociaux. Le taux de salarisation est dans toutes ces communes plus élevé que la moyenne. Le poids du commerce intégré et le poids de la salarisation dans cet espace s'explique par la structure sectorielle mais aussi par des effets locaux qui renforcent ces tendances, notamment le type d'infrastructures commerciales. Par contre, pour la densité d'emplois, la structure de l'offre fait généralement la part belle aux types de commerces les moins favorables sur ce plan, ce qui est en partie compensé par un effet local lié à la forte densité généralisée que l'on rencontre dans toute l'aire métropolitaine bruxelloise.

À l'exception de celles dotées d'un shopping center, la plupart des communes de la région de Bruxelles-Capitale qui constituent le cœur de la région urbaine sont caractérisées par une plus faible intégration et une densité d'emplois légèrement plus élevée. Dilbeek, commune résidentielle très proche de la région de Bruxelles-Capitale partage également ces caractéristiques. Les communes hébergeant les deux pôles de l'hypercentre (Bruxelles-Ville et Ixelles) ou dont l'appareil commercial est dominée par une rue commerçante importante et quelques grandes surfaces (Etterbeek, Uccle, Woluwe-Saint-Pierre) ont un taux de salarisation plus élevé. Dans ces communes, la structure de l'offre commerciale n'est pas forcément favorable à l'intégration ou à la salarisation et c'est donc bien la présence de ces pôles commerciaux concentrant les enseignes qui augmente légèrement les taux. Par contre, c'est la conjonction d'une structure favorable et d'un effet local qui explique la densité d'emplois. Les communes bruxelloises péricentrales hébergeant les quartiers populaires (Schaerbeek, Saint-Josse, Molenbeek, Koekelberg et, dans une certaine mesure, Saint-Gilles) sont caractérisées par de plus faibles taux d'intégration et de salarisation. Ici, c'est bien la nature des types de commerces qui favorise la densité d'emplois. Les plus faibles salarisation et intégration y sont le fruit d'un effet de structure renforcé par une organisation du travail locale spécifique. Les communes n'ayant qu'un équipement commercial de base (Ganshoren, Watermael-Boitsfort) ont une logique assez similaire.

Auderghem et Evere se distinguent par un taux d'intégration très élevé et une densité d'emplois forte. L'intégration s'explique par le poids, en terme de surfaces commerciales, des hypermarchés dans le commerce local. La densité d'emplois est associée à la présence de sièges sociaux du secteur : des emplois sont rapportés à des surfaces commerciales nettes alors qu'ils sont en fait exercés dans des bureaux. Intégration et sièges sociaux contribuent évidemment à une forte salarisation. La forte

densité d'emplois de Asse et Halle est due à la présence de pôles logistiques de la grande distribution alimentaire. Mais leur offre commerciale est dominée par un noyau traditionnel et dès lors, en termes de surfaces de vente, le poids du commerce intégré y est nettement moins marqué.

Sur un plan géographique, la spécialisation des pôles commerciaux et la concentration de certaines activités engendrent donc, par un effet de structure, des profils d'emplois sensiblement différents selon les lieux. L'emploi salarié, dans de grands établissements et de grandes entreprises, est surreprésenté en périphérie, là où dominant les grandes surfaces généralistes et spécialisées du commerce intégré. L'emploi salarié est aussi bien présent dans le cœur des hypercentres et dans les rues commerçantes les plus prisées par les enseignes.

La diversité étant l'apanage des centres urbains, à quelques centaines de mètres de là, dans les quartiers d'ancienne urbanisation et à forte présence immigrée, la situation est radicalement différente : les indépendants se font plus nombreux et le commerce intégré bien moins présent, non seulement parce que les types de commerces ne sont pas les mêmes, mais aussi du fait de spécificités locales. Ces spécificités sont la conséquence de types d'équipements commerciaux particuliers, de logiques entrepreneuriales ou de clientèles spécifiques.

On se doit de souligner que ces effets « locaux » ou « environnementaux », s'ils ne font souvent que moduler l'effet des tendances liées à la composition sectorielle du commerce, sont parfois localement importants. Par exemple, dans une commune péricentrale à forte présence immigrée comme Schaerbeek, la contribution de l'effet local sur la faible présence des enseignes (-28%) ou sur la faible salarisation (-9%) est bien perceptible. Il en est de même dans une localité dont l'offre est dominée par un parc commercial comme Drogenbos, où 64% du différentiel positif en termes de taux de présence des enseignes est lié à la composante locale. Cet effet différentiel positif est de 27% pour l'aspect de la salarisation.

Logiques sectorielles et spécificités locales peuvent interagir pour accentuer certains processus comme dans les high-streets, où les enseignes accentuent, par le jeu de la rente foncière et des loyers, la disparition de ce qui n'est pas équipement de la personne. Dès lors, ces espaces génèrent une structure de l'emploi de plus en plus calquée sur les logiques du secteur. Dans les parcs commerciaux, les enseignes induisent principalement l'installation de types de commerces qui ont besoin de surfaces, qui leur sont souvent spécifiques. Là encore, les structures de l'emploi seront de plus en plus dictées par les logiques sectorielles. Dans les espaces pour lesquels il y a peu de demande de la part du commerce intégré, des structures plus diversifiées et faisant la part belle aux indépendants peuvent persister.

Conclusions

Au questionnement relatif à la densité d'emplois, on peut répondre que dans l'aire métropolitaine bruxelloise, les communes périphériques hébergeant les points de vente du commerce intégré dans

des parcs commerciaux ou des centres commerciaux ont une densité d'emplois légèrement plus faible, mais surtout un niveau de salarisation plus élevé que ce que l'on observe dans l'hypercentre ou les noyaux urbains traditionnels.

Mais force est de constater qu'en termes de densité d'emplois, les variations au sein de l'aire urbaine sont relativement limitées. C'est d'autant plus interpellant que les densités d'emplois sectorielles sont très variables d'un type de commerces à l'autre et que cette variable n'est pas sans lien avec la taille moyenne des points de vente, qui présente un gradient centre-périphérie marqué. Mais la densité de la clientèle, le peu de disponibilités immobilières et le niveau des coûts fonciers font que les commerces ont proportionnellement plus d'emplois qu'ailleurs en Belgique, quel que soit le secteur et quelle que soit la partie de l'aire urbaine. Cela donne un éclairage neuf sur le relativement faible taux d'équipement commercial de Bruxelles parfois avancé, en tout cas quand on le mesure en termes de mètres carrés, comme dans le schéma d'urbanisme commercial [Association du Management de Centre-Ville et Idea Consult, 2008]. En fait, dans la région urbaine de Bruxelles, il y a un peu moins de surfaces par habitant et un peu plus de travailleurs. Le commerce bruxellois augmente la densité d'emplois pour faire face à la demande, la pénurie ou le coût des mètres carrés limitant l'accroissement en taille. Dès lors, il ne faut pas imaginer que tout accroissement des surfaces engendrerait *de facto* un accroissement proportionnel de l'emploi. On pourrait assister au contraire à un desserrement de la densité d'emplois couplé à une logique de hausse de la productivité.

Un deuxième axe de questionnement portait sur la part du commerce intégré et quels facteurs influencent cette variation et la différenciation des espaces en termes de structure de l'emploi. L'analyse montre que l'écart entre les lieux et les types d'équipements commerciaux dont ils sont représentatifs se marque plus nettement en termes de modes d'exploitation et de structure de l'emploi qu'en termes de densité d'emploi par mètre carré de surface de vente. Il y a une corrélation nette entre présence du commerce intégré et salarisation (mais pas forcément avec la féminisation). Les communes périphériques favorisent le commerce intégré et la salarisation par un effet de structure (l'offre est dominée par les secteurs d'activité fortement intégrés et salariés) et une spécificité locale (dans un type de commerce donné, l'intégration et la salarisation sont plus fréquentes). Dans les communes hébergeant un shopping center ou des gros noyaux investis par les enseignes, la salarisation s'explique aussi par la présence de types de commerces où les indépendants sont moins présents, mais la spécificité locale liée au type d'espace commercial joue un rôle un peu plus important. On peut y voir l'effet des modes de fonctionnement et de gestion du mix commercial des shopping centers ou, pour les « main streets », un effet des coûts de l'immobilier, qui renforcent le poids des enseignes et donc de la salarisation.

L'analyse a également révélé le poids que peut localement prendre l'emploi logistique du secteur du commerce de détail. Ce qui pouvait dans un premier temps être perçu comme une limite des données voire un facteur perturbateur des analyses : la comptabilisation de l'emploi des sièges sociaux et des centres logistiques du commerce intégré impliquait de nuancer certaines valeurs communales des ratios emplois par mètre carré de surface de vente. Cela s'avère, *in fine*, révélateur en creux d'un enjeu

trop peu souvent abordé : le commerce de détail a des effets d'entraînement en amont de la chaîne de distribution. Cette dernière est partiellement incluse dans l'entreprise de commerce de détail dans le cadre du commerce intégré (surtout alimentaire), mais historiquement externalisé pour le commerce indépendant isolé, qui recourt au commerce de gros. Contrairement à la logistique du commerce intégré, le commerce des gros est bien présent sur le territoire régional bruxellois. Le commerce de gros est soumis indirectement à la concurrence, mais aussi à la pression foncière dans une logique similaire à celle qui prévaut pour les activités productives, fonctions faibles en matière de foncier. Pourtant, une certaine proximité est indispensable entre commerce de gros et commerce de détail indépendant, dont les circuits d'approvisionnement ne sont pas aussi optimisés que ceux de la grande distribution [Strale et Wayens, 2013 ; Lebeau et Macharis, 2014].

Le rendement « sociétal » des développements devrait être pris en compte dans l'évaluation des politiques publiques et du soutien apporté aux nouveaux développements. Force est de constater que la création d'emplois fait souvent partie de l'arsenal des justifications de projets immobiliers commerciaux. Or, on l'a vu, l'évaluation de l'impact en termes d'emploi est un terrain délicat, très dépendant de l'offre envisagée, mais aussi du type d'infrastructures développées.

Quand on considère le poids encore important du commerce non intégré dans la ville, la politique de développement commercial devrait aussi moins systématiquement s'appuyer sur les grandes infrastructures et, quasiment *de facto*, les grandes enseignes. Type et densité d'emplois induits dans le commerce de détail, mais aussi dans le commerce de gros, justifient que le commerce intégré ne capte pas toute la croissance du marché liée à la croissance démographique. Le commerce fonctionnant sur la base de niches ethniques mériterait aussi une attention plus soutenue.

Benjamin Wayens

maître de conférences en géographie, Université Libre de Bruxelles, Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire (IGEAT) et Université Saint-Louis Bruxelles, Institut de Recherches interdisciplinaires sur Bruxelles (IRIB) ;

et **Carole Keutgen**

géographe, professeure de géographie, Königliches Athenäum Eupen - Athénée Royal d'Eupen (KAE-ARE), chargée de recherche auprès d'Inter-Environnement Bruxelles (IEB)

Bibliographie

ASSOCIATION DU MANAGEMENT DE CENTRE-VILLE et IDEA CONSULT, 2008. *Le Schéma de développement commercial pour la Région de Bruxelles-Capitale* [en ligne]. Bruxelles : Région de Bruxelles-Capitale. Observatoire du commerce. Disponible à l'adresse : <http://urbanisme.irisnet.be>.

BERTRAND, Amandine, 2014. *Panorama du commerce de détail à Bruxelles. État des lieux, tendances et tensions sur le marché de l'emploi*. Bruxelles : Actiris - Observatoire bruxellois de l'Emploi.

COLARD, Alain, MARISSAL, Pierre, VANDERMOTTEN, Christian et VAN HAMME, Gilles, 1997. *Emploi et*

structures socio-économiques régionales. Bruxelles : Institut national de Statistique.

COUPAIN, Nicolas, 2005. *La distribution en Belgique. Trente ans de mutations*. Bruxelles : Racine.

DEVILLET, Guénaël, JASPARD, MATHIEU et VAZQUEZ PARAS, Juan, 2014. *Atlas du commerce en Wallonie. Structures, dynamiques, comportements spatiaux des consommateurs*. Liège : Presses Universitaires de Liège.

ERNST & YOUNG, 2006. *Étude sur le secteur de la franchise et des partenariats commerciaux en Belgique*. Bruxelles : Ernst & Young.

GRIMMEAU, J. P, LEROUX, V. et WAYENS, Benjamin, 2007. *Un demi-siècle d'évolution du commerce de détail à Bruxelles* [en ligne]. Bruxelles : Région de Bruxelles-Capitale. Observatoire du commerce. Disponible à l'adresse : <http://urbanisme.irisnet.be>.

GRIMMEAU, J. P et WAYENS, Benjamin, 2003. Le commerce à Bruxelles et l'évolution de la ville. In : *Commerce et négoce*. Sprimont : Mardaga. pp. 31-42.

GRIMMEAU, Jean-Pierre, WAYENS, Benjamin et HANSON, Emilie, 2011. Une macro-géographie du commerce de détail en Belgique. *EchoGéo* [en ligne]. 2011. N°15. [Consulté le 12 avril 2011].

GRIMMEAU, Jean-Pierre, WAYENS, Benjamin et ROELANDTS, Marcel, 2002. Le développement territorial par le commerce de détail : par qui ? pour qui ? In : VANDERMOTTEN, Christian, *Le développement durable des territoires*. Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles. pp. 143-160. ISBN 9782800413006.

GRIMMEAU, Jean-Pierre, WAYENS, Benjamin et VERHETSEL, Ann, 2004. *Le commerce dans les grandes villes belges et leur périphérie* [en ligne]. Bruxelles : Institut de gestion de l'environnement et d'aménagement du territoire de l'Université libre de Bruxelles. Disponible à l'adresse : <https://dl.dropbox.com/u/8832371/webpub/Grimmeau2004grandesvilles.pdf>.

GRIMMEAU, Jean-Pierre, 2013. Un anniversaire oublié : les premiers hypermarchés européens ouvrent à Bruxelles en 1961. *Brussels Studies*. 2013. N° 67.

GRIMMEAU, Jean-Pierre, 2014. Un demi-siècle de commerce en Belgique. *L'Artichaut*. 2014. Vol. 31, n° 4, pp. 35-45.

LEBEAU, Philippe et MACHARIS, Cathy, 2013. Le transport de marchandises à Bruxelles : quels impacts sur la circulation automobile ? *Brussels Studies*. 2013. N° 80.

MARISSAL, Pierre et ROELANDTS, Marcel, 1999. La remétropolisation des activités économiques : conséquences sociales et emploi à Bruxelles. *Revue Belge de Géographie*. 1999. Vol. 1999, n° 1-2, pp. 99-114.

MARISSAL, Pierre, MEDINA LOCKHART, Pablo, VANDERMOTTEN, Christian et VAN HAMME, Gilles, 2006. *Les structures socio-économiques de l'espace belge. Une exploitation des données de l'enquête socio-économique de 2001* [en ligne]. Bruxelles : SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie. Monographies de l'Enquête socio-économique 2001, 6. Disponible à l'adresse : <http://statbel.fgov.be>.

MOATI, Philippe, 2011. *La nouvelle révolution commerciale*. Paris : O. Jacob.

OBSERVATOIRE BRUXELLOIS DE L'EMPLOI D'ACTIRIS, SERVICE ÉTUDES ET STATISTIQUES DE BRUXELLES-FORMATION et STUDIESDIENST VDAB BRUSSEL, 2015. *Identification des secteurs et métiers porteurs d'emploi en Région de Bruxelles-Capitale dans le cadre de la commande de formations professionnelles telle que prévue par la 6^e réforme de l'État*. Bruxelles : Actiris - Bruxelles Formation - VDAB.

STRALE, Mathieu et WAYENS, Benjamin, 2013. L'approvisionnement des commerces bruxellois : estimation et spatialisation des flux de livraison. In : *Mobilité et logistique à Bruxelles*. Bruxelles : VUBpress. Urban notebooks - Stadsschriften - Cahiers urbains.

VAN DER LINDEN, Jan, 2010. 15-10 : *Concurrentie in de Belgische distributie*. Bruxelles : Bureau du Plan. Working Paper.

VAN HECKE, Etienne, HALLEUX, Jean-Marie, DECROLY, Jean-Michel et MÉRENNE-SCHOUMAKER, Bernadette, 2009. *Noyaux d'habitat et Régions urbaines dans une Belgique urbanisée*. Bruxelles : Direction générale Statistique et Information économique. Enquête socio-économique 2001, Monographie, 9.

WAYENS, Benjamin, 2006. *Structure et dynamique du commerce de détail bruxellois*. Bruxelles : Université Libre de Bruxelles.

WRIGLEY, Neil et LOWE, Michelle, 2002. *Reading Retail*. Londres : Arnold.

Remerciement

L'étude présentée dans cette publication a été réalisée grâce à la collaboration de la CSC-Bruxelles et de la FGTB-Bruxelles.

[1] L'étude a été accompagnée par Claire Scohier (IEB).

[2] La superficie des services à caractère commercial n'est pas disponible dans les données de Locatus. Pour les traitements statistiques nécessitant l'utilisation de surfaces de vente, ces catégories se sont vu attribuer ici arbitrairement la valeur de 60 m² par point de vente.

[3] L'ONSS perçoit et gère les cotisations sociales patronales et personnelles par lesquelles il finance les différentes branches de la sécurité sociale. Il récolte et distribue les données de base

administratives à l'usage des autres institutions de sécurité sociale.

[4] L'INASTI gère le statut social de travailleur indépendant, en percevant les cotisations assurant la couverture pension et en cas de maladie ou de faillite.

[5] La région urbaine au sens statistique du terme comprend l'agglomération morphologique, où le bâti est continu (cela correspond ici à peu de choses près aux communes de la région de Bruxelles-Capitale) et la banlieue. Cette dernière est la zone extérieure de la ville. Morphologiquement, l'habitat aussi bien que les industries et les institutions y ont utilisation extensive du sol. Elle peut parfois paraître rurale, mais elle est urbaine au niveau fonctionnel, notamment du fait d'une intense navette et d'un recours important à certains services localisés dans l'agglomération morphologique.