

Schéma de développement économique et commercial de la commune d'Anderlecht

Fiches actions



Sommaire

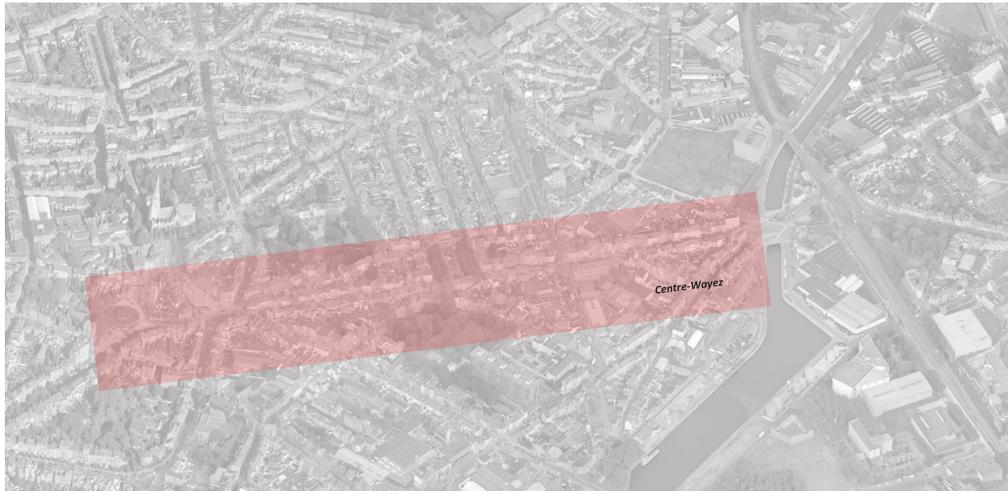
FICHES:

- 1 - Pôle Wayez
- 2 - Pôle Cureghem
- 3 - Pôle Midi
- 4 - Pôle Chaussée de Mons
- 5 - Pôle La Roue - Bizet
- 6 - Pôle Chaussée de Ninove - Scheut
- 7 - Pôle Westland
- 8 - Pôle Cora
- 9 - Cartes schématiques

Fiche 1 - Centre Woyez



Localisation



Photo

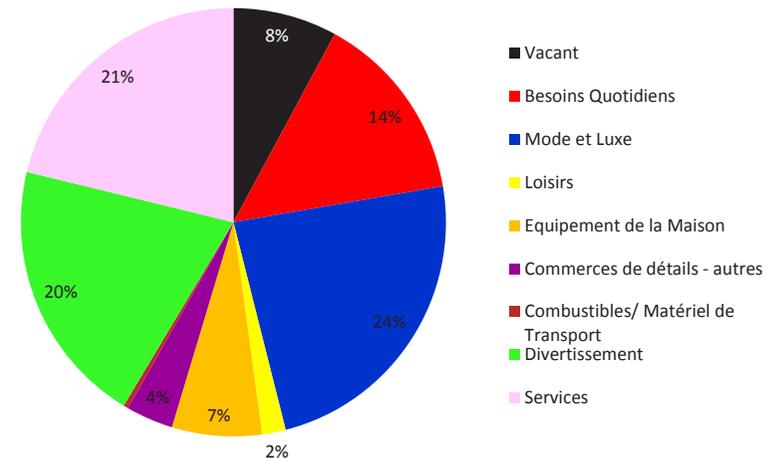


Indicateurs

Cellules	278
% Enseignes	12%
Surface moyenne (m ²)	93
% de cellules vides	8%
Surfaces vacantes (m ²)	1375



Mix commercial



Fiche 1 - Centre Wayez

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Coeur historique commercial de la commune.
- ▶ Quartier multiculturel et clientèle fidèle et diversifiée.
- ▶ Peu d'enseignes internationales, forte représentation du commerce ethnique.
- ▶ Commerces fonctionnant très peu le week-end.
- ▶ Disparités commerciales entre le haut et le bas de la rue Wayez.
- ▶ Peu d'importance accordée aux piétons.

Objectifs

- ▶ Accroître le dynamisme commercial du pôle.
- ▶ Mise en valeur du cadre urbain (bâti, places, patrimoine).
- ▶ Promouvoir la place du piéton dans l'espace urbain et améliorer la mobilité.
Libérer les voiries des voitures stationnées en proposant un parking périphérique ou sous-terrain.
- ▶ Proposer un itinéraire commercial attractif et cohérent.
- ▶ Mise en valeur des spécificités historiques et culturelles du quartier.

Acteurs

- Commune d'Anderlecht
- Région de Bruxelles-Capitale
- Association des commerçants
- STIB
- Atrium
- Gestionnaire stationnement
- Propriétaires des cellules

Types d'enseignes

Equipement de la personne:
- H&M, C&A, Bershka
- Damart, Cassis-Paprika

Loisirs:
Club, Hema



Temporalité

Moyen terme

Identité actuelle

Rue commerçante dichotomique présentant peu de diversité commerciale

Identité future

Quartier commerçant historico-culturelle
Coeur de la commune.

Fiche 1 - Centre Wazy

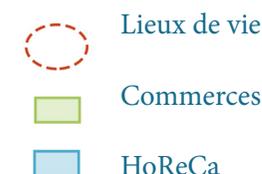
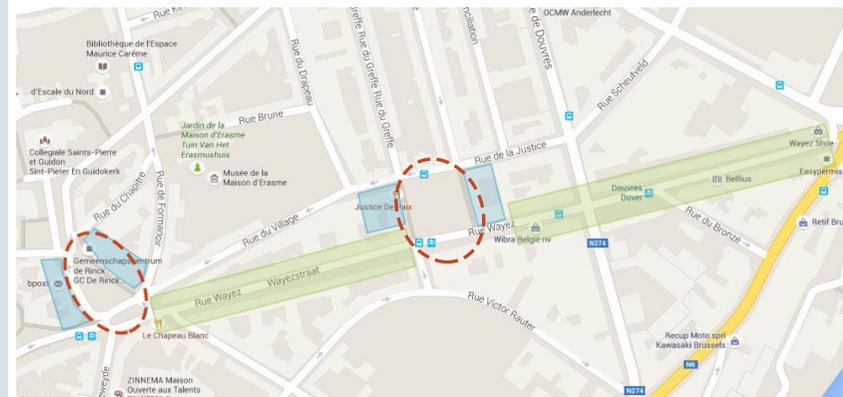
Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Renforcement de l'équipement de la personne dans le haut de la rue Wazy
- ▶ Promouvoir l'implantation de locomotives commerciales (enseignes internationales, concept store, commerces spécialisés).
- ▶ Promouvoir la concentration commerciale Place de la Vaillance, haut de la rue Wazy et Place de la Résistance. Favoriser les services vers Saint-Guidon
- ▶ Création d'une boucle commerciale rue Wazy. Connexions entre les places de la Vaillance et de la Résistance. Itinéraire commercial attractif et cohérent. Aménagements urbains dédiés aux modes doux.
- ▶ Profiter de la proximité des écoles supérieures pour proposer des services et lieux de sorties pour les étudiants. Idée: Fast Food de type Quick sur Place de la Vaillance.
- ▶ Requalification du pôle Wazy comme centre névralgique de la commune d'Anderlecht. Mise en avant de son identité et de ses spécificités. Pôle commercial et culturel. «La rencontre de l'histoire et des cultures»

Communication

Mise en avant des atouts du pôle auprès des users et non users.
Place marketing pour initier la redynamisation du pôle (événements culturels et commerciaux).
Commerces multiculturels et intergénérationnels pour un public varié.



Fiche 2 - Cureghem



Localisation



Photo

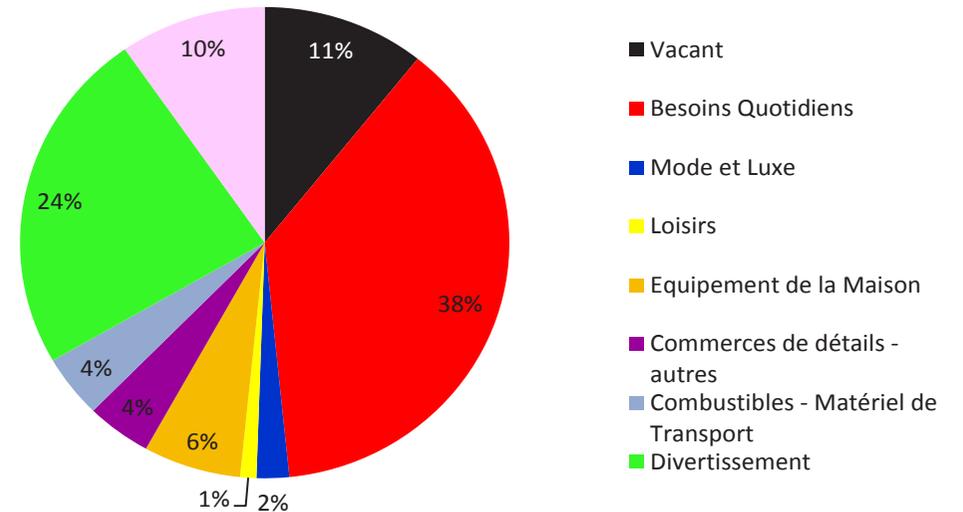


Indicateurs

Cellules	93
% Enseignes	3%
Surface moyenne (m ²)	84
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	690



Mix commercial



Fiche 2 - Cureghem

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Quartier populaire et emblématique de Bruxelles
- ▶ Atout historique mais privé: les Abattoirs.
- ▶ Événements hebdomadaires générant flux importants (marchés, afterwork, etc)
- ▶ Quartier spécialisé en besoins quotidiens (magasins ethniques) et magasins spécialisés HoReCa
- ▶ Quartier vétuste, concerné par plusieurs projets urbains.

Objectifs

- ▶ Redistribuer les flux et l'attractivité des Abattoirs sur le quartier et ses commerces.
- ▶ Rénovation urbaine: mise en avant du patrimoine bâti.
- ▶ Améliorer circulation piétonne
- ▶ Tirer profit des projets urbains liés au quartier, maintenir une cohérence globale (Abattoirs, RER, Biestebroek, etc)

Acteurs

- Abattoirs
- Commune d'Anderlecht
- Investisseurs immobiliers
- Région de Bruxelles-Capitale
- Association des commerçants
- STIB

Types d'enseignes

- Magasins spécialisés en service pour HoReCa (commerces de destination)



Temporalité

Court terme



Identité future

Quartier attractif supra régional
Lieu unique spécialisé en besoins quotidiens et services HoReCa

Fiche 2 - Cureghem

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Adaptation et spécialisation de l'offre commerciale : Besoins quotidiens et services HoReCa.
- ▶ Aménagement des voiries, amélioration des circulations piétonnes.
- ▶ Rénovation et mise en avant du patrimoine bâti. Mise en place d'un RCU enseignes et façades.
- ▶ Tirer profit des nombreux projets concernés par le quartier, maintenir une cohérence globale en rapport avec l'identité du quartier.
- ▶ Inviter les chalands ne fréquentant que le site des Abattoirs à déambuler dans le quartier et à découvrir d'autres commerces (spécialisés semi-gros).
- ▶ Mise en avant des potentialités des caves de Cureghem. idée: restaurant innovant, caviste, produits de bouche.

Communication

Communiquer davantage sur les spécificités uniques du quartier. Lieu emblématique de la culture anderlechtoise mais aussi bruxelloise. Cohérence entre les actions mises en oeuvre par les Abattoirs et celles de la commune pour le quartier.



Fiche 3 - Midi



Localisation



Photo

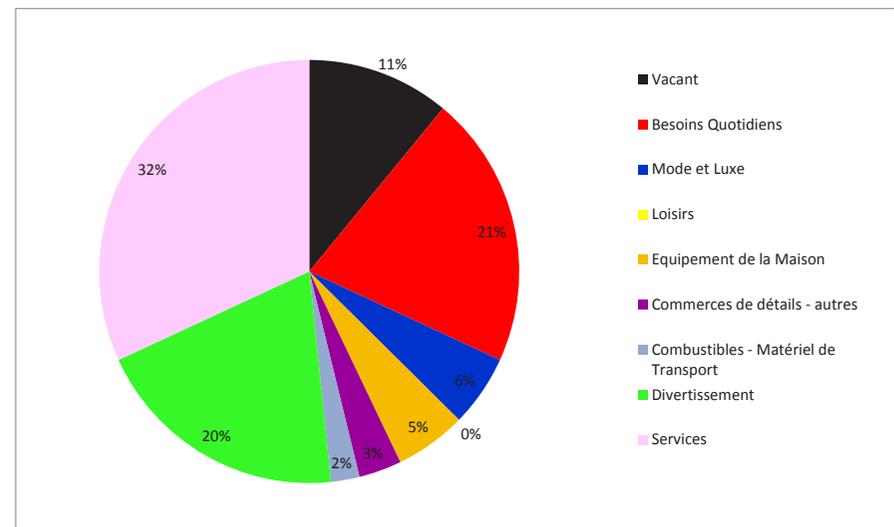


Indicateurs

Cellules	91
% Enseignes	8%
Surface moyenne (m ²)	51
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	515



Mix commercial



Plan d'actions

Contexte

- ▶ Quartier communal périphérique, proche de la Gare du midi, mais ne profite pas de l'attractivité de celle-ci.
- ▶ Quartier de services (32% du mix commercial)
- ▶ Peu d'enseignes commerciales et surfaces faibles des cellules commerciales.
- ▶ Vacance commerciale (11%)
- ▶ Délimitation floue du périmètre du quartier

Objectifs

- ▶ Pôle local. Ne plus favoriser l'émergence de projets basés sur la captation des flux de la gare. Se concentrer sur le potentiel existant.
- ▶ Proposer des commerces et services dédiés aux habitants et travailleurs du quartiers.
- ▶ Relier la place Bara à la place Communale.
- ▶ Mise en valeur du cadre urbain et du patrimoine bâti.

Acteurs

- Population résidente et travailleurs
- Commune d'Anderlecht
- Investisseurs immobiliers
- Région de Bruxelles-Capitale
- Association des commerçants

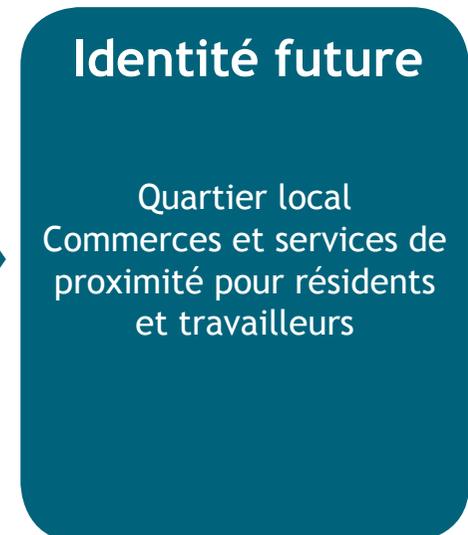
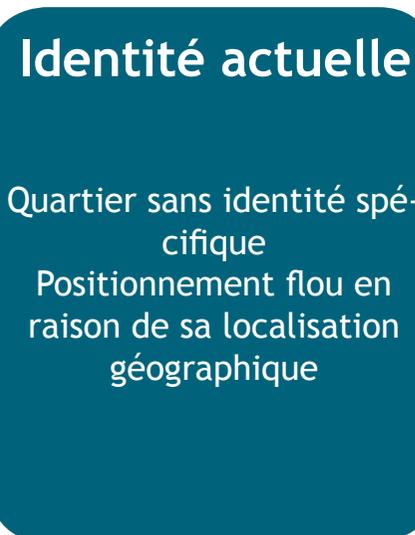
Types d'enseignes

- Commerce de proximité
- Enseignes alimentaires
- HoReCa pour travailleurs du quartier



Temporalité

Court terme



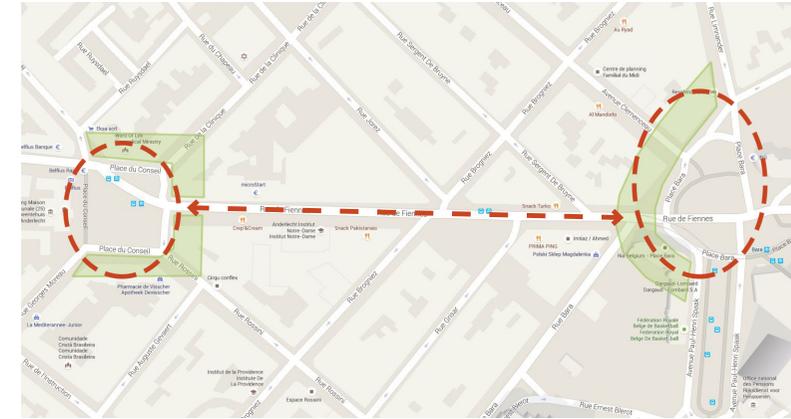
Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Adaptation et spécialisation de l'offre commerciale : Besoins quotidiens et services de proximité.
- ▶ Aménagement des voiries, amélioration des circulations piétonnes.
- ▶ Mise en avant des places: Bara et Communale. Transformation de celles-ci en lieux de vie.
Accueil d'événements de type: animations de quartiers, marchés, brocante, etc.
- ▶ Rénovation et mise en avant du patrimoine bâti. Mise en place d'un RCU enseignes et façades.
- ▶ Limiter les fractures urbanistiques et commerciales dans le quartier.
Concentration commerciale près des places et promouvoir la reconversion en logements des cellules commerciales décentrées.

Communication

Communiquer sur les potentialités du quartier en matière de commerce de proximité afin de limiter l'évasion commerciale des chalds.
Mise en avant des commerces et services proposés aux travailleurs afin qu'ils s'approprient également le quartier.



Fiche 4 - Chaussée de Mons



Localisation



Photo

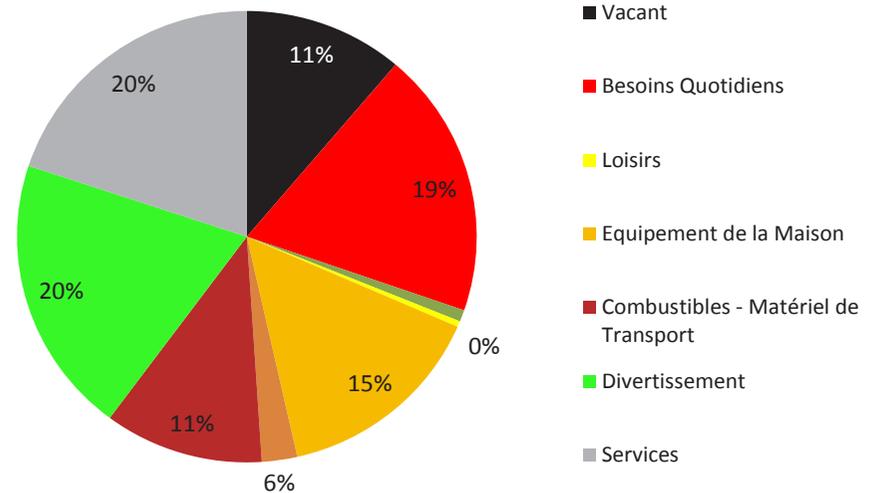


Indicateurs

Cellules	241
% Enseignes	15%
Surface moyenne (m ²)	499
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	2.523



Mix commercial



Fiche 4 - Chaussée de Mons

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Axe de circulation structurant, paysage commercial hétérogène et fragmenté.
- ▶ Présence d'enseignes nationales et internationales. Notoriété de celles-ci (IKEA, Plan It, Colruyt, Delhaize)
- ▶ Axe générant des flux importants
- ▶ Taux de cellules vides élevé (11%), dents creuses dans le continuum commercial.
- ▶ Bonne desserte en transports en commun, mais peu de place pour piétons.

Objectifs

- ▶ Eviter la dispersion commerciale
- ▶ Division de la Chaussée de Mons en pôles spécifiques
Bas de la Chaussée = équipement de la maison
La Roue-Biset = pôle de proximité
Carrefour A.Briand = Besoins quotidiens (GSA) et Services
- ▶ Profiter des flux en incitant les personnes de passage à s'arrêter dans les commerces.
- ▶ Proposer des parkings courte durée pour encourager les arrêts commerciaux.

Acteurs

- Population résidente et navetteurs
- Commune d'Anderlecht
- Promoteurs immobiliers
- Région de Bruxelles-Capitale
- Association des commerçants
- Enseignes (IKEA, Plan It, etc)

Types d'enseignes

- Bas de la chaussée (Sud):
- Equipement de la maison
Maisons du Monde, Ixina, etc
- Haut de la Chaussée (A.Briand):
- Besoins quotidiens
Offre suffisante



Temporalité

Moyen terme

Identité actuelle

Axe structurant peu cohérent, dispersion commerciale importante

Identité future

Segmentation par pôles:

1. Pôle équipement de la maison
2. Pôle de proximité
3. Pôle grandes surfaces

Fiche 4 - Chaussée de Mons

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Concentration commerciale pour limiter la dispersion des commerces. Reconversion en logements des cellules décentrées.
- ▶ Amélioration de la mobilité piétonne. Faciliter les traversées de voiries et promouvoir davantage de sécurité pour les piétons.
- ▶ Spécialisation des pôles de concentration commerciale:

Bas de la Chaussée de Mons (Sud - Ikea vers La Roue):

Spécialisation en équipement de la maison.

Objectif: devenir la référence en équipement de la maison à Bruxelles.

Mobilité: accessibilité en transports en commun, services livraisons à disposition des clients, parkings proches si nouveaux magasins.

La Roue-Bizet: voir fiche suivante

Croisement A. Briand (Pôle Delhaize, Colruyt):

Maintien de sa spécialisation actuelle en Grandes surfaces alimentaires, services et combustibles transports. Privilégier les commerces recherchant des surfaces importantes et ne pouvant pas se localiser au niveau de la rue Wayez.

Chaussée de Mons = pôle de soutien au pôle Wayez.

Communication

Communiquer sur les spécificités de chaque pôle.

Bas de la chaussée : attractivité régionale

La Roue-Bizet: attractivité locale

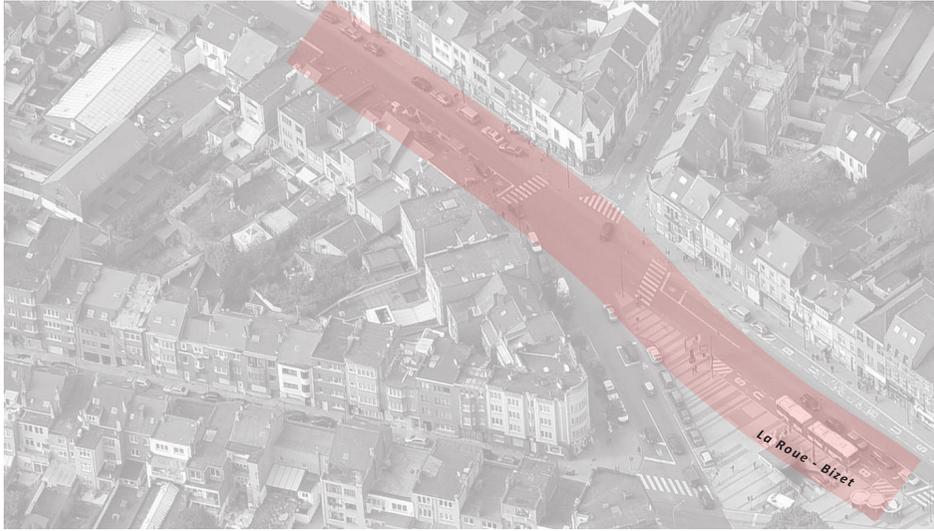
Croisement A. Briand : attractivité communale



Fiche 5 - La Roue - Bizet



Localisation



Photo

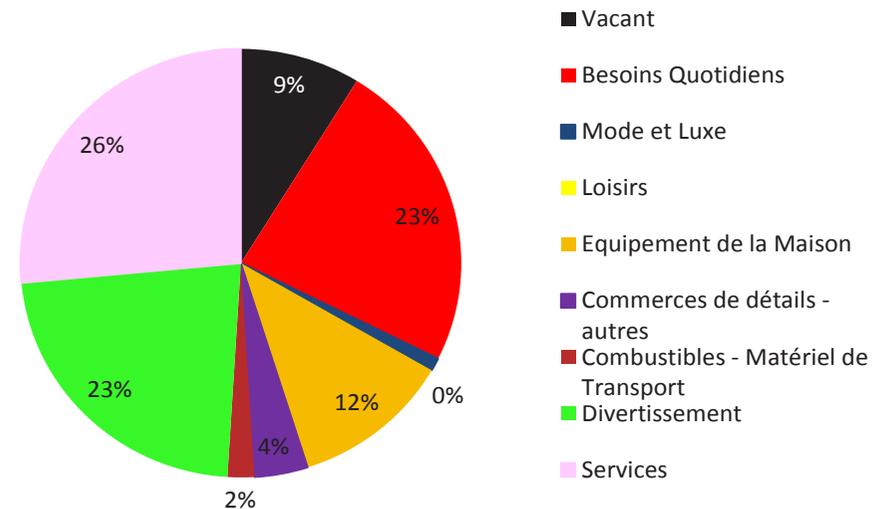


Indicateurs

Cellules	102
% Enseignes	10%
Surface moyenne (m ²)	85
% de cellules vides	9%
Surfaces vacantes (m ²)	605



Mix commercial



Fiche 5 - La Roue - Bizet

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Pôle local traversé par un axe structurant et drainant des flux importants.
- ▶ Commerces de proximité : besoins quotidiens, HoReCa, Services Petites surfaces commerciales, peu de dynamisme.
- ▶ Pôle autarcique: peu de connexions avec les autres pôles commerciaux
- ▶ Etalement commercial, dents creuses.
- ▶ Bonne accessibilité en transports en commun

Objectifs

- ▶ Concentration commerciale
- ▶ Conserver et promouvoir la dimension locale et conviviale du pôle. Promouvoir sa spécificité vis-à-vis des autres pôles.
- ▶ Profiter du passage et inciter les arrêts commerciaux.
- ▶ Accroître la notoriété des commerces et artisans indépendants.

Acteurs

- Population résidente et navetteurs
- Association des commerçants
- Commune d'Anderlecht
- Région de Bruxelles-Capitale
- STIB

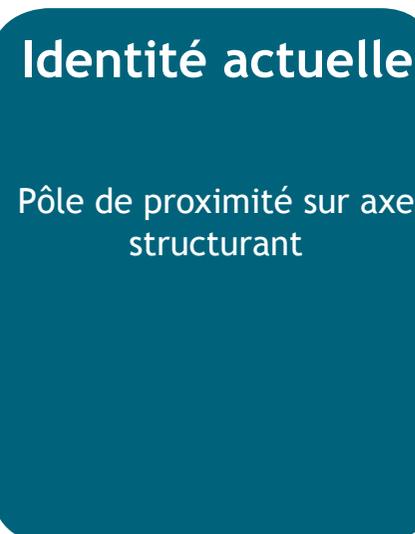
Types d'enseignes

- Promouvoir le commerce de proximité.
- accepter les enseignes correspondant à des achats de proximité:
Press shop, 5àsec, Panos, etc



Temporalité

Court terme



Identité future

Maintien de l'identité
Augmentation et promotion de l'aspect qualitatif des commerces.
Captation des navetteurs

Fiche 5 - La Roue - Bizet

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Concentration commerciale pour éviter l'augmentation de l'étalement urbain. Privilégier cette concentration vers la Place Bizet.
- ▶ Reconversion en logement des cellules vides excentrées. Objectif: prévoir la croissance démographique et accroître le nombre de chaland.
- ▶ Maintien de l'identité de pôle local. Commerces de proximité de qualité tournés vers résidents et navetteurs.
- ▶ Maintien d'une offre de parking suffisante pour inciter les arrêts commerciaux. Maintien du parking Metro Bizet. Prix compétitifs pour le stationnement de courte durée en voirie, augmentation du prix après 30min/60min, suppression des voitures ventouses en voirie.
- ▶ Promouvoir la diversité de l'offre commerciale. Diversifier les standings des secteurs commerciaux.
- ▶ Promouvoir les aménagements urbains conviviaux et tournés vers les piétons et modes doux.

Communication

Communiquer sur la qualité et l'intérêt des commerces.
Proposer des services spécifiques pour les navetteurs: service traiteur, livraisons, commandes en ligne, indication des lieux de stationnement via les commerçants.
Promouvoir les événements de quartiers (braderie, brocante, etc)



Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut



Localisation



Photo

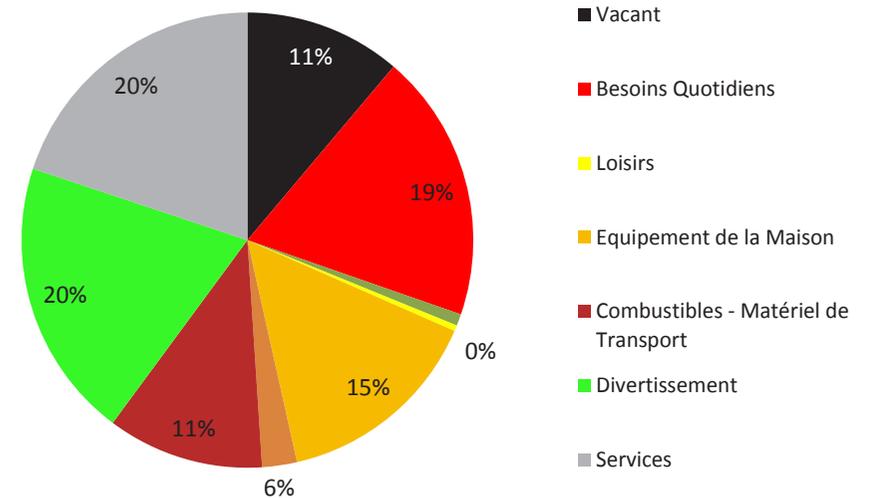


Indicateurs

Cellules	241
% Enseignes	15%
Surface moyenne (m ²)	499
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	2.523



Mix commercial



Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Axe structurant drainant des flux importants.
- ▶ Présence d'enseignes commerciales (C&A, Match, Delhaize, etc) Surfaces commerciales importantes. Commerces de destination provoquant les arrêts à intérêt commercial.
- ▶ Etalement commercial, nombreuses cellules vides.
- ▶ Circulation automobile dense, espace peu sécuritaire pour les piétons (traversées difficiles).
- ▶ Stationnement et livraisons difficiles pour commerces en front de rue.

Objectifs

- ▶ Limiter l'étalement commercial.
- ▶ Maintien de commerces de proximité pour les résidents.
- ▶ Profiter des flux générés par la Chaussée.
- ▶ Aménagements au niveau de la voirie pour inciter les arrêts à intérêts commerciaux.
- ▶ Eviter la concurrence avec les autres pôles commerciaux communaux.
- ▶ Limiter le développement de l'équipement de la personne.

Acteurs

- Population résidente et navetteurs
- Association des commerçants
- Commune d'Anderlecht
- Région de Bruxelles-Capitale

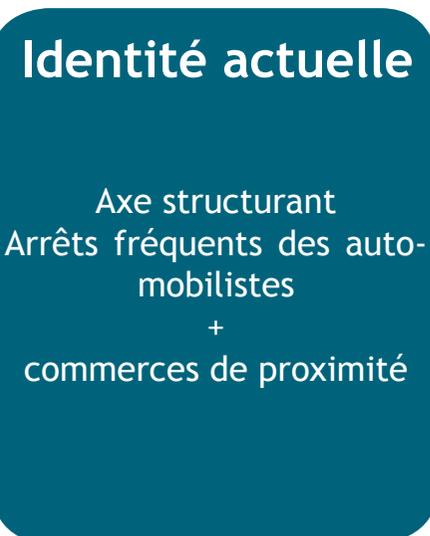
Types d'enseignes

- Besoins quotidiens
 - Combustibles/transports
- Maintien de commerces de proximité pour les résidents



Temporalité

Court terme



Identité future

Maintien de l'identité
Différenciation face aux autres pôles : orientation discount

Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Limiter l'étalement urbain, favoriser la concentration commerciale. Reconversion en logements des cellules commerciales vides excentrées. Marquer la différenciation paysagère entre les portions commerciales et les portions résidentielles (aménagements, revêtement de sol, signalétique parking)
- ▶ Aménagements urbains spécifiques pour ralentir la circulation au niveau de chaque concentration commerciale.
- ▶ Affirmation de l'orientation discount de l'axe, afin de le différencier face aux autres pôles commerciaux communaux.
- ▶ Proposer un stationnement de courte durée pour favoriser les arrêts d'intérêt commerciaux. Proposer des places de parking disponibles pour les livraisons durant des tranches horaires précises.
- ▶ Développer un RCU enseignes et façades pour promouvoir une cohérence urbanistique.
- ▶ Maintenir une offre de commerces de proximité pour répondre aux besoins liés aux densités élevées de population dans le quartier.
- ▶ Limiter la concurrence avec les autres pôles commerciaux (éviter équipement de la personne, ou secteurs surreprésentés dans la commune)

Communication

Signalétique des parkings et communication sur les prix compétitifs pour les arrêts de courte durée.



Fiche 7 - Pôle Westland



Localisation



Photo

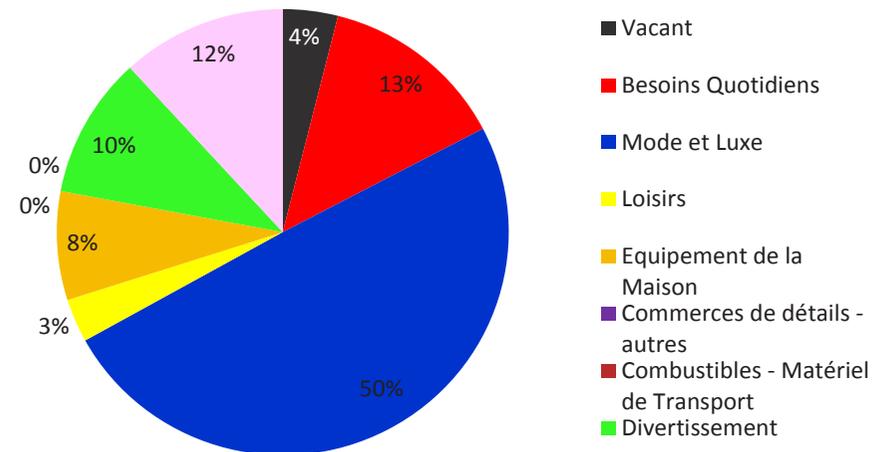


Indicateurs

Cellules	127
% Enseignes	69%
Surface moyenne (m ²)	227
% de cellules vides	4%
Surfaces vacantes (m ²)	515



Mix commercial



Fiche 7 - Pôle Westland

Plan d'actions

Contexte

- ▶ Présence du Westland Shopping, vecteur d'attractivité supracommunale.
- ▶ Mix commercial attractif (50% d'équipement de la personne)
- ▶ Pôle autarcique, peu de connexions avec les autres pôles.
- ▶ Présence d'enseignes mais également de commerces indépendants.
- ▶ Shopping peu ouvert sur le quartier, limitation des échanges. Développement de commerces périphériques, désirant profiter de l'attractivité du shopping.

Objectifs

- ▶ Encadrer le développement urbanistique des commerces se développant à proximité du shopping.
- ▶ Connecter le pôle aux autres pôles commerciaux anderlechtois.
- ▶ Améliorer la qualité paysagère du site.
- ▶ Connexion du shopping avec son quartier.

Acteurs

- Devimo (Westland)
- Population résidente et navetteurs
- Association des commerçants
- Commune d'Anderlecht
- Région de Bruxelles-Capitale

Types d'enseignes

- Maintien de la diversité des enseignes nationales et internationales, et des commerces indépendants spécialisés dans le shopping



Temporalité

Long terme

Identité actuelle

Pôle Shopping Center attractif induisant développement sauvage de commerces périphériques

Identité future

Shopping Center ouvert sur le quartier et développement commercial encadré. Positionnement standing moyen-haut

Fiche 7 - Pôle Westland

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Réaménagement paysager des accès et parkings.
- ▶ Maintenir l'attractivité du pôle, mais éviter qu'il cannibalise l'ensemble des pôles commerciaux communaux.
- ▶ Rester vigilants face aux demandes de permis d'urbanisme concernant des commerces périphériques au shopping. Privilégier le commerce intégré, et éviter la concurrence accrue entre pôles.
- ▶ Inviter les chalands du Shopping à fréquenter les autres pôles commerciaux de la commune.
Panneaux indicatifs, événements commerciaux communs, etc.
- ▶ Restructuration du bâtiment: Repenser le modèle urbanistique du centre commercial, offrir une architecture plus contemporaine et une surface plus ouverte sur le quartier.

Communication

Présenter les atouts commerciaux de la commune sur des panneaux indicatifs à l'intérieur du shopping pour inciter les chalands à visiter plusieurs pôles.



Fiche 8 - Pôle Cora



Localisation



Photo

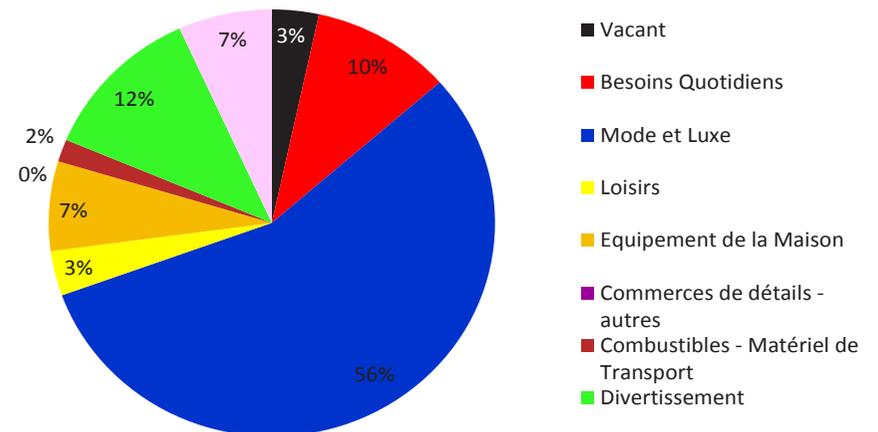


Indicateurs

Cellules	59
% Enseignes	59%
Surface moyenne (m ²)	453
% de cellules vides	3%
Surfaces vacantes (m ²)	75



Mix commercial



Plan d'actions

Contexte

- ▶ Zoning commercial attractif regroupant plusieurs enseignes : Cora, Decathlon, Quick, etc.
- ▶ Très bonne accessibilité depuis le ring et bonne desserte en transports en commun.
- ▶ Proximité du pôle hospitalier-universitaire Erasme et du Campus du CERIA.
- ▶ Projets urbanistiques (logements) à proximité du pôle.

Objectifs

- ▶ Maintenir et renforcer la cohérence urbanistique avec les pôles Erasme et CERIA.
- ▶ Améliorer la qualité paysagère du site.
- ▶ Maintenir l'orientation standing moyen-bas du pôle.
- ▶ Améliorer la signalétique à l'intérieur et à l'extérieur du pôle.

Acteurs

- CORA
- Population résidente, étudiants et travailleurs
- Association des commerçants
- Commune d'Anderlecht
- Région de Bruxelles-Capitale
- STIB
- Pôles Erasme et CERIA

Types d'enseignes

- Maintien de la diversité des enseignes nationales et internationales au sein du shopping, maintenir le même standing.
- Eviter concurrence entre les pôles.



Temporalité

Moyen terme

Identité actuelle

Pôle Shopping Cora
Attractivité communale

Identité future

Maintien de l'identité.
Prise en compte des développements futurs (logements, possibilité d'extension du shopping, extension des pôles universitaires, etc)

Fiche 8 - Pôle Cora

Mise en oeuvre et recommandations

Actions

- ▶ Maintenir la cohérence urbanistique avec le pôle Erasme, et renforcer les connexions entre ceux-ci.
Renforcer cohérence urbanistique et signalétique avec le pôle CERIA.
- ▶ Améliorer la qualité paysagère du site.
Ouverture du pôle sur les quartiers environnants.
- ▶ Maintenir l'orientation standing moyen-bas du pôle.
Offrir une alternative à l'offre commerciale du Westland. Limiter la concurrence entre les pôles.
- ▶ Améliorer la signalétique à l'intérieur et à l'extérieur du pôle.
Davantage de signalisations à partir du ring, des quartiers résidentiels vers le pôle et à l'intérieur du zoning.
- ▶ Si extension du shopping, privilégier une offre commerciale n'entrant pas en concurrence avec l'offre existante des pôles anderlechtois.

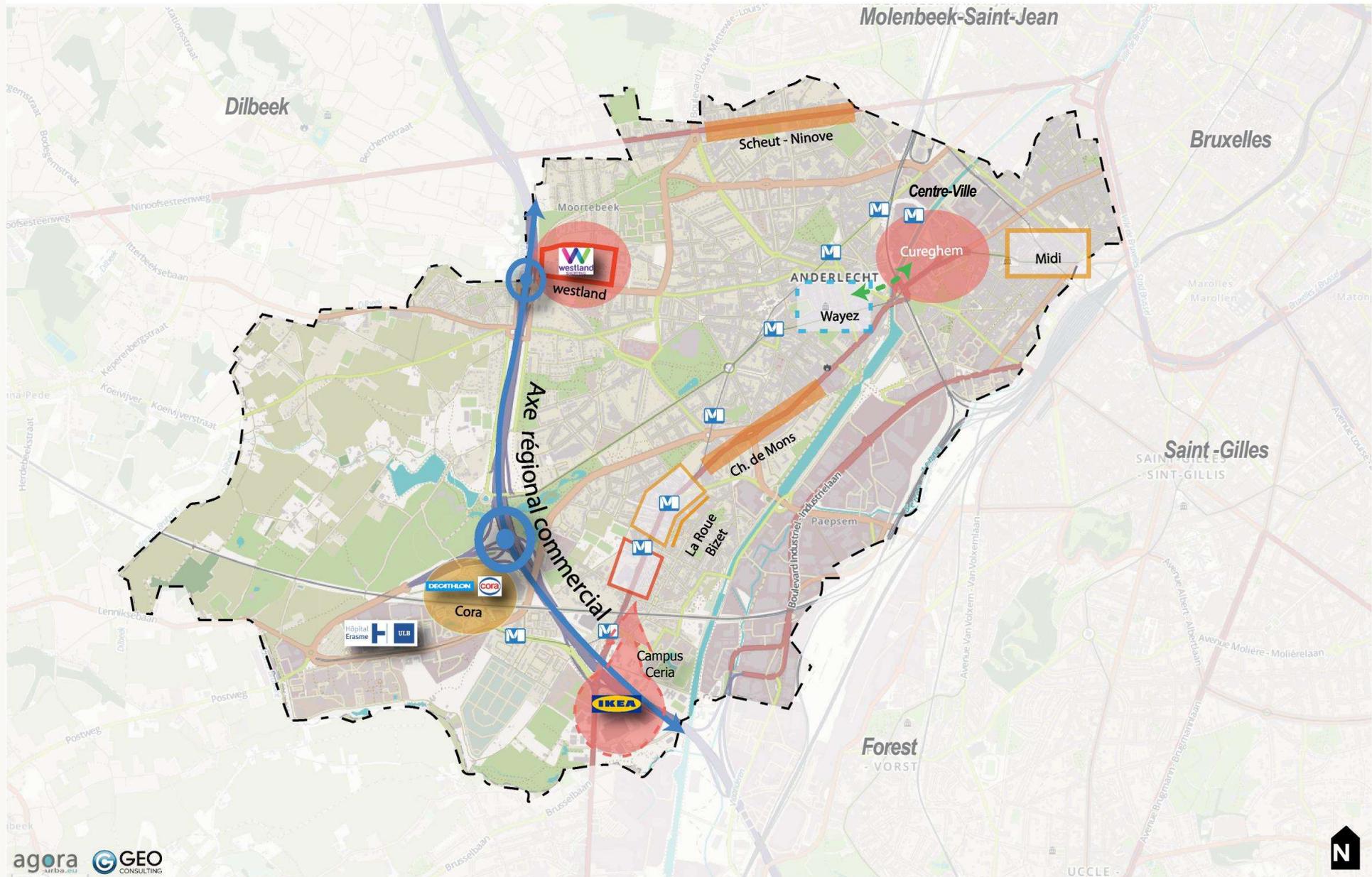
Communication

Améliorer la signalétique intérieure et extérieure.
Présenter les atouts commerciaux de la commune sur des panneaux indicatifs à l'intérieur du shopping pour inciter les chaland à visiter plusieurs pôles.



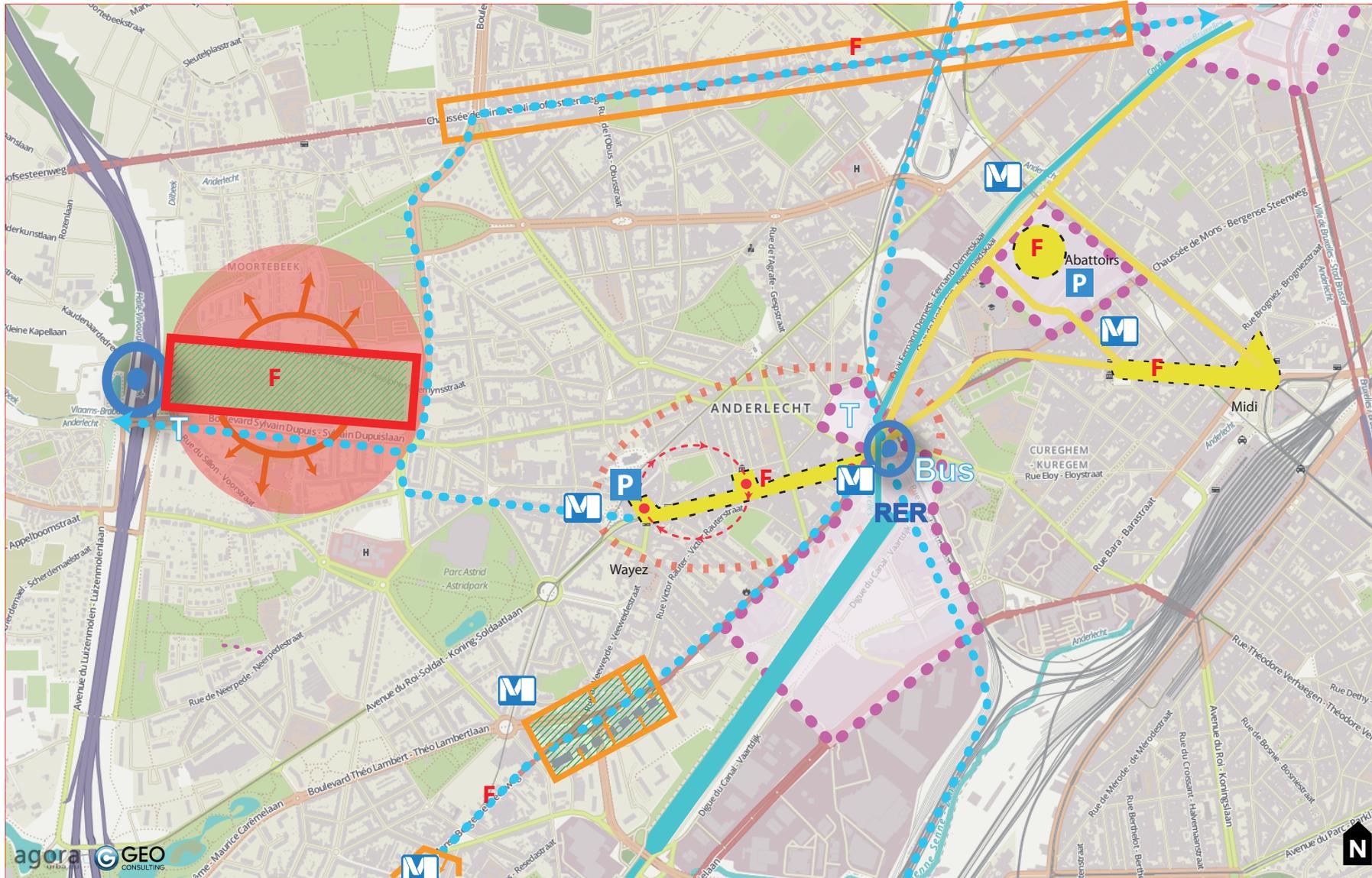
Fiche 9 - Schéma cartographique

Schéma de développement économique et commercial Commune d'Anderlecht



Fiche 9 - Schéma cartographique

Schéma de développement économique et commercial Commune d'Anderlecht



Fiche 9 - Schéma cartographique - Légende

Légende

-  Pôle commercial régional attractif
-  Pôle commercial structurant
-  Pôle commercial thématique ;
Chaussée de Mons équipement de la maison
-  Pôle de proximité
-  Centralité commerciale en développement
-  Affirmer complémentarité commerciale
entre Ikéa et le pôle chaussée de Mons
autour de l'équipement de la maison

-  Axe commercial
-  régional Axe structurant
-  Liaison à affirmer
-  Entrée de ville

-   Enseignes commerciales référents
-  

-   Pôles régionaux Santé /Université référents
- 

-  Gare
-  Station Métro

-  Liens entre les pôles
(Tram, , Voiries, signalétiques, événements...)
-  Intensifier les relations entre
le quartier et le westalnd (ouverture des facades
cheminements piétons...)
-  Lien entre les entités commerciales du centre ville
-  Linéaires et polarités commerciales
structurantes de l'hypercentre (Rue
Wayez, Cureghem et Midi)
-  Faciliter la circulation du piéton en centre ville -
Resserrer les itinéraires commerciaux
Développer la ballade en ville - ballade commerciale-
Piétonnisation rue
-  Lien entre les places
-  Réaménagement paysager
parkings voiries
-  Grands projets de renouvellement
urbain
-  Stationnement en centre ville
-  Fiches actions