



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



Table des matières

Table des matières	1
I. Préambule.....	3
II. Introduction	4
III. Diagnostic.....	5
A. Commerce	5
1. Indicateurs socio-économique	5
2. Indicateurs d'équipement commercial	11
3. Indicateurs de dynamisme commercial.....	22
4. Indicateurs de performance des pôles commerciaux	54
B. Clients.....	57
1. Analyse des enquêtes Face to Face :.....	58
Profil des enquêtés	58
i. Comportements d'achats des chalands des pôles commerciaux d'Anderlecht.....	66
2. Analyse par pôle commercial	93
1) Westland Shopping Center	93
2) Centre – Wayez	94
3) Quartier La Roue – Bizet	95
4) Quartier Scheut – Chaussée de Ninove	96
5) Quartier Cureghem – Abattoirs	97
6) Quartier du Midi	98
7) Quartier Bon Air	99
8) Shopping Cora	100
9) Marchés	101
3. Typologie de consommateurs.....	103
1) Analyse typologique des interactions entre pôles.....	103
2) La segmentation des chalands du Centre	105
3) La segmentation des chalands du Westland Shopping Center	108
4) Zones de chalandise.....	111
C. Economie	118
1. Méthode d'analyse	118
2. Analyse des données	118
D. Mobilité et accessibilité	123
1. Macro-accessibilité	123

2.	Micro-accessibilité.....	131
3.	Recommandations en termes de mobilité	138
E.	Cadre et aménagements urbains.....	139
1.	Principaux enjeux urbanistiques	139
2.	Projets urbanistiques, culturels et commerciaux	204
IV.	Identités de la Commune d’Anderlecht	214
A.	Analyse SWOT	214
B.	Spécificités et innovations	216
V.	Recommandations.....	218
VI.	Annexes.....	224

I. Préambule

A l'heure où les pôles commerciaux se multiplient et se concurrencent entre eux, où les shoppings-centers et les zonings périphériques deviennent de plus en plus attractifs, l'offre commerciale semble se saturer d'années en années. Ces inquiétudes entraînent des questions : Quel avenir peut-on attendre des pôles commerciaux existants ? Comment peuvent-ils rester attractifs ? Il est donc du devoir des autorités publiques de pouvoir se positionner face à l'avenir de son commerce et de ses pôles commerciaux. Leur prise en charge et leur redynamisation sont des enjeux primordiaux pour la vitalité de la commune.

La Commune d'Anderlecht est consciente de ses faiblesses, mais également des potentialités qu'elle renferme. Via ses différents projets de développement tel que le Plan Canal, ainsi que son schéma de développement commercial, elle désire entamer un programme complet de redynamisation commerciale.

Le schéma de développement commercial se présente comme un outil décisionnel précis afin d'optimiser son développement futur. Il permet, en effet, de définir une politique cohérente et prospective en matière d'implantation commerciale.

Ces schémas ne se résument pas en une recette universelle à appliquer à tous les pôles urbains. Chaque commune possède ses propres spécificités et s'insère dans un environnement commercial qui lui est propre. Un diagnostic précis doit donc être mené afin d'aboutir à des actions concrètes et réalistes.

Sa multitude de pôles commerciaux, son positionnement entre notoriété historique et commune multiculturelle lui confèrent des spécificités propres. Le rôle de ce schéma est de pouvoir mettre en avant ces spécificités et orienter le développement de celles-ci.

Le Centre-Wayez, cœur de la commune, doit se développer en complémentarité des autres pôles, autrement dit, éviter la concurrence et privilégier les synergies entre les pôles commerciaux. Le Schéma de développement commercial permet de mettre en avant ces connexions et les actions à mettre en œuvre pour proposer une offre commerciale globale et équilibrée.

La commune s'engage à rendre son centre davantage attractif, en améliorant son offre commerciale mais également en optimisant ses aménagements urbains et la mobilité de celui-ci. Le schéma de développement commercial aboutit sur des fiches actions concrètes et opérationnelles, proposant des actions à court et long termes, pour l'ensemble des pôles commerciaux analysés.

C'est en s'approchant de la réalité d'un territoire qu'on parvient à le développer durablement. Le schéma permet d'appréhender cette réalité en analysant la structure commerciale, les besoins de la population et les actions innovantes qui pourraient le redynamiser.

II. Introduction

Ce rapport correspond à la version complète du schéma de développement commercial de la commune d'Anderlecht. A la fin de ce document vous trouverez les annexes, si vous désirez davantage de détails, chiffres, données informatiques, n'hésitez pas à revenir vers nous. Un deuxième dossier comprend les fiches actions pour chaque pôle commercial analysé.

Ce rapport présente, dans un premier temps, la première étape du diagnostic commercial du schéma de développement. Il présente l'état actuel du commerce et l'analyse des divers pôles commerciaux qui composent la commune. Chaque analyse est replacée dans son contexte via diverses comparaisons quantitatives.

Par la suite, ce rapport tente de déterminer également les besoins commerciaux de la commune et les potentialités de développement de celle-ci à travers diverses méthodes. Cette analyse permet d'appréhender les forces et les faiblesses de la structure commerciale anderlechtoise, afin de pouvoir présenter des recommandations concrètes pour le territoire.

Ces recommandations sont présentées à la fin de ce documents et déclinées en fiches actions spécifiques pour chaque pôle commercial.

III. Diagnostic

A. Commerce

1. Indicateurs socio-économique

Le diagnostic commercial de la commune d'Anderlecht débute par une analyse socio-démographique générale, afin de contextualiser la réalité socio-économique d'Anderlecht via des indicateurs précis. Ces indicateurs sont donc comparés aux moyennes de la région et du pays.

A ce stade, l'analyse s'effectue à deux niveaux spatiaux, celui de la commune et celui de sa zone de chalandise. La zone de chalandise est calculée sur base du temps d'accessibilité en voiture pour arriver dans le centre d'Anderlecht. Cette analyse permet de s'intéresser aux chalands potentiels situés en dehors des limites communales.

Le tableau suivant rassemble les principaux indicateurs socio-économiques. Globalement Anderlecht se distingue principalement des moyennes régionales et nationales via son évolution démographique, nettement plus élevée, son indice de richesse plus bas et son taux de chômage plus élevé. Anderlecht fait partie des trois communes bruxelloises enregistrant un taux de croissance démographique les plus élevés.

Lorsque que l'on compare les caractéristiques économiques d'Anderlecht et de sa zone de chalandise potentielle, il apparaît que cette dernière présente une évolution démographique plus faible, mais un niveau de vie plus élevé que la moyenne communale et la moyenne régionale. Ceci montre l'intérêt d'étendre l'attractivité commerciale au-delà des limites communales. Cette zone de chalandise potentielle s'étend sur la Flandre, nous verrons par après le rôle de la frontière linguistique sur la zone de chalandise, et quelle part de chalands la commune peut-elle prétendre capter.

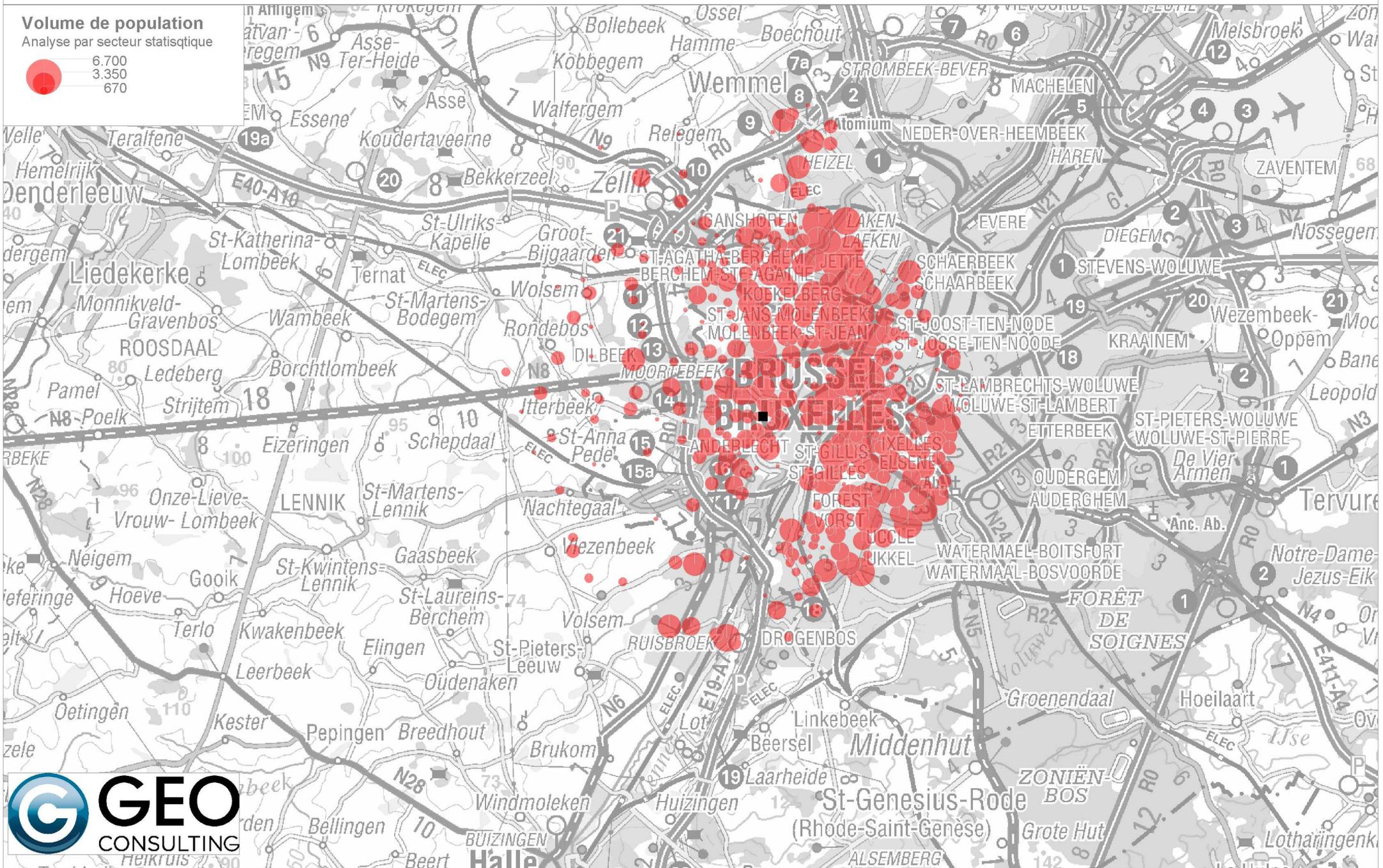
Les cartes suivantes présentent les indicateurs socio-économiques pour la zone de chalandise.

	Belgique	Wallonie	Région de Bruxelles C	Anderlecht	Zone de chalandise
Population	10.647.834	3.449.855	1.382.341	98.679	291.438
Superficie	30.528 km ²	16.844 km ²	161,38 km ²	17,74 km ²	152,8 km ²
Densité	348,78 hab/km ²	204,82 hab/km ²	8565,7 hab/km ²	5562 hab/km ²	1907,3 hab/km ²
Evolution démographique décennale (%)	6,68	6,245	8,04	13,2	9,98
Revenu moyen annuel par habitant	€ 15.228,91	€ 14.266,67	€ 13.311,00	€ 11.260,00	€ 14.353,00
Indice de richesse 2009	100	97	80	67,63	
Taux de chômage (%)	8,3	12,6	22,05	25,29	
Taille des ménages (2008)	2,31	2,3	2,1	2,2	

Tableau des indicateurs socio-économiques (sources INS 2010)

Volume de population au sein de la zone d'attraction

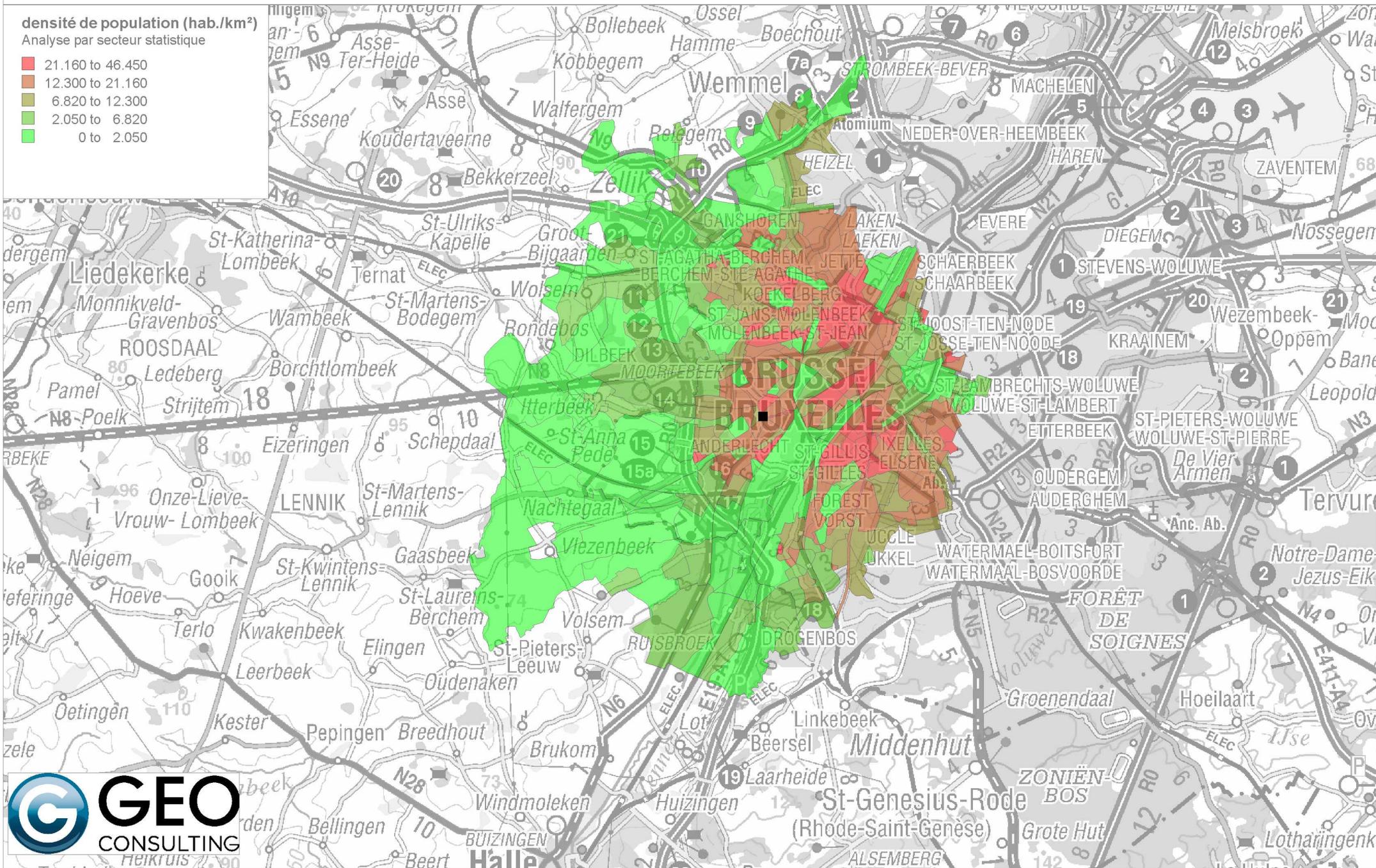
Volume de population
Analyse par secteur statistique



Densité de population au sein de la zone d'attraction

densité de population (hab./km²)
Analyse par secteur statistique

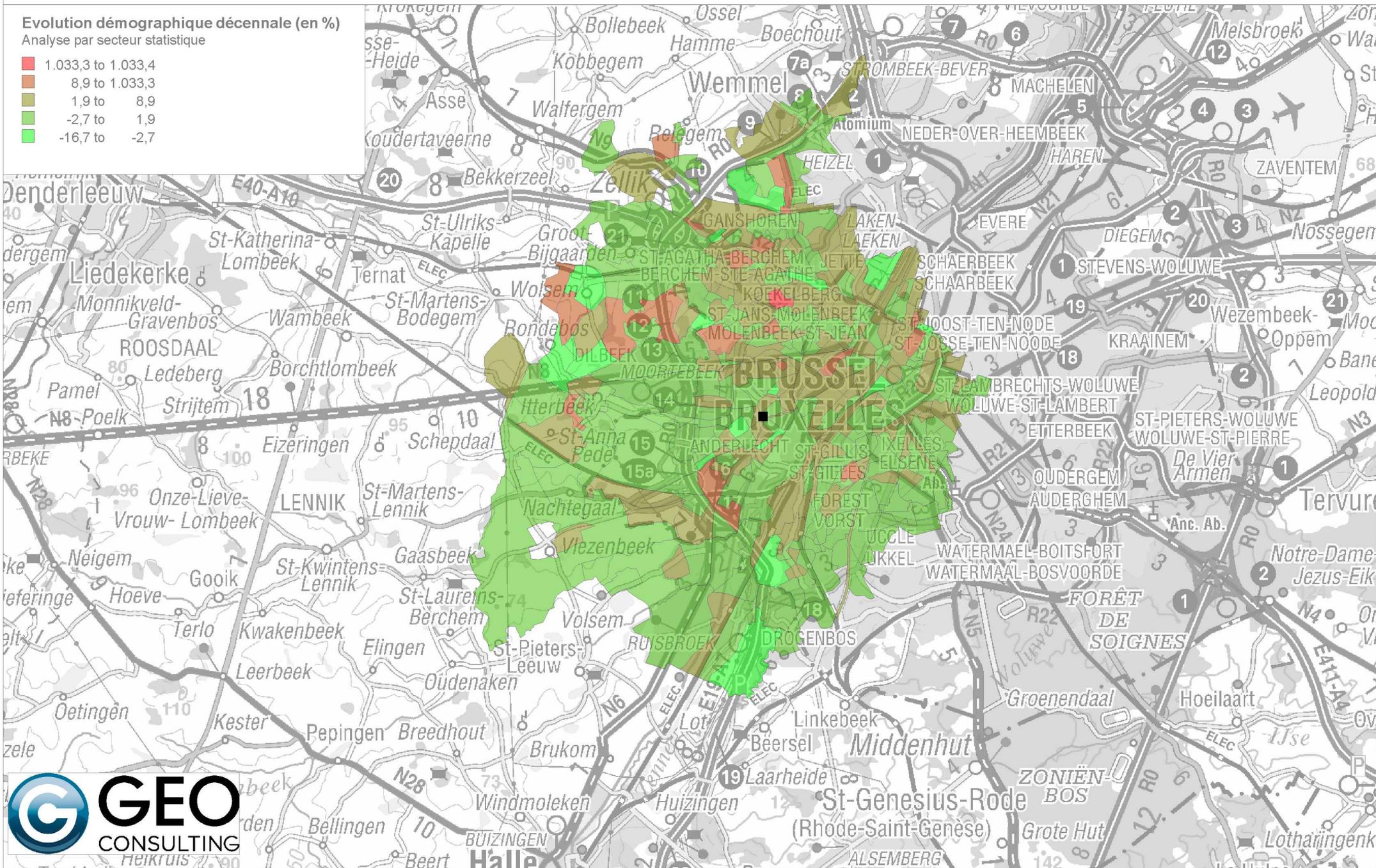
- 21.160 to 46.450
- 12.300 to 21.160
- 6.820 to 12.300
- 2.050 to 6.820
- 0 to 2.050



Evolution démographique au sein de la zone d'attraction

Evolution démographique décennale (en %)
Analyse par secteur statistique

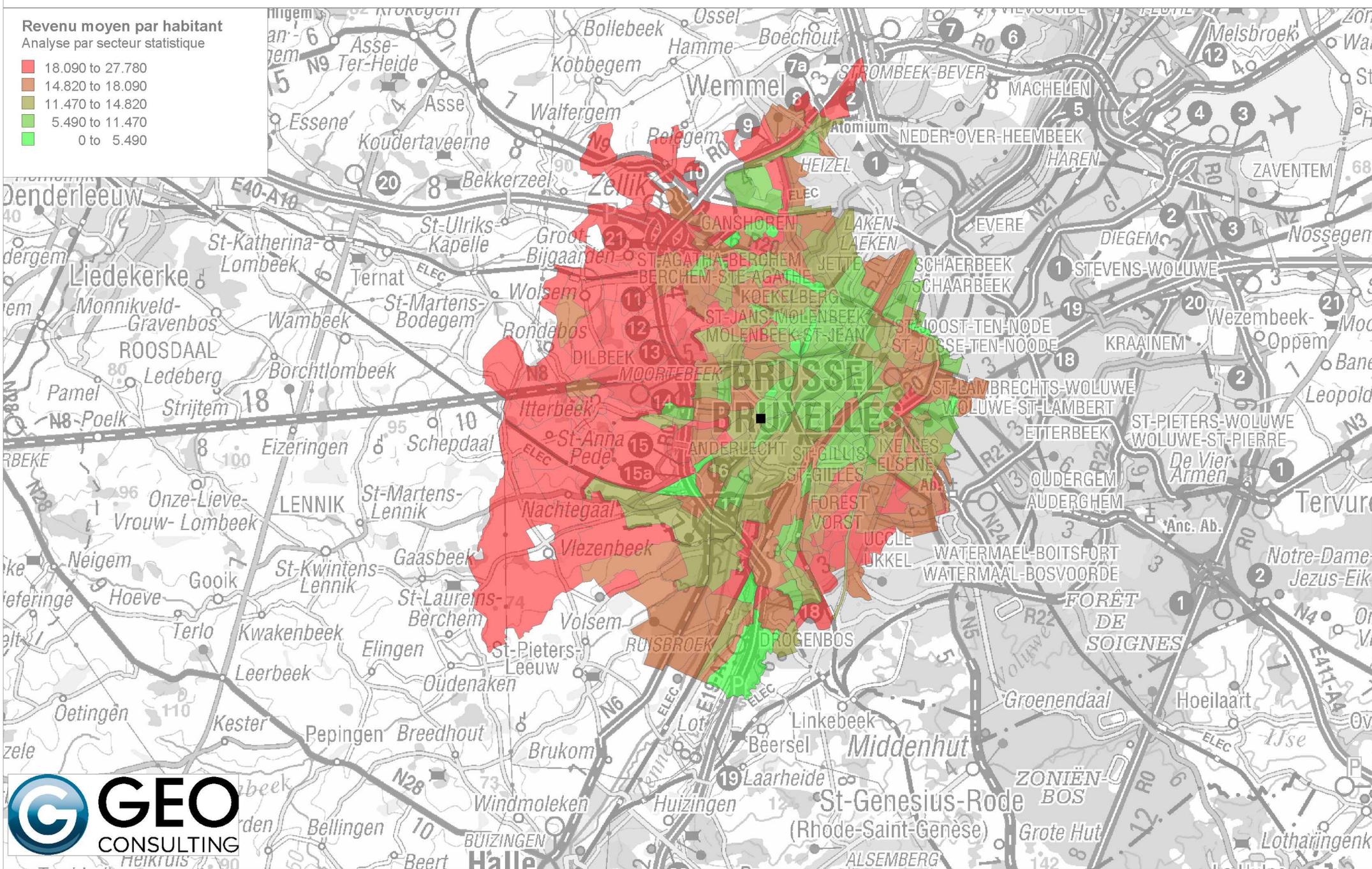
- 1.033,3 to 1.033,4
- 8,9 to 1.033,3
- 1,9 to 8,9
- -2,7 to 1,9
- -16,7 to -2,7



Niveau de vie au sein de la zone d'attraction

Revenu moyen par habitant
Analyse par secteur statistique

- 18.090 to 27.780
- 14.820 to 18.090
- 11.470 to 14.820
- 5.490 to 11.470
- 0 to 5.490



2. Indicateurs d'équipement commercial

Les indicateurs relatifs à l'équipement commercial permettent d'analyser la situation actuelle de la structure commerciale anderlechtoise. Ils permettent de déterminer quels sont les secteurs les plus représentés, la répartition des commerces, la délimitation des pôles commerciaux et également les secteurs et les surfaces à développer dans le futur.

a) *Mix commercial*

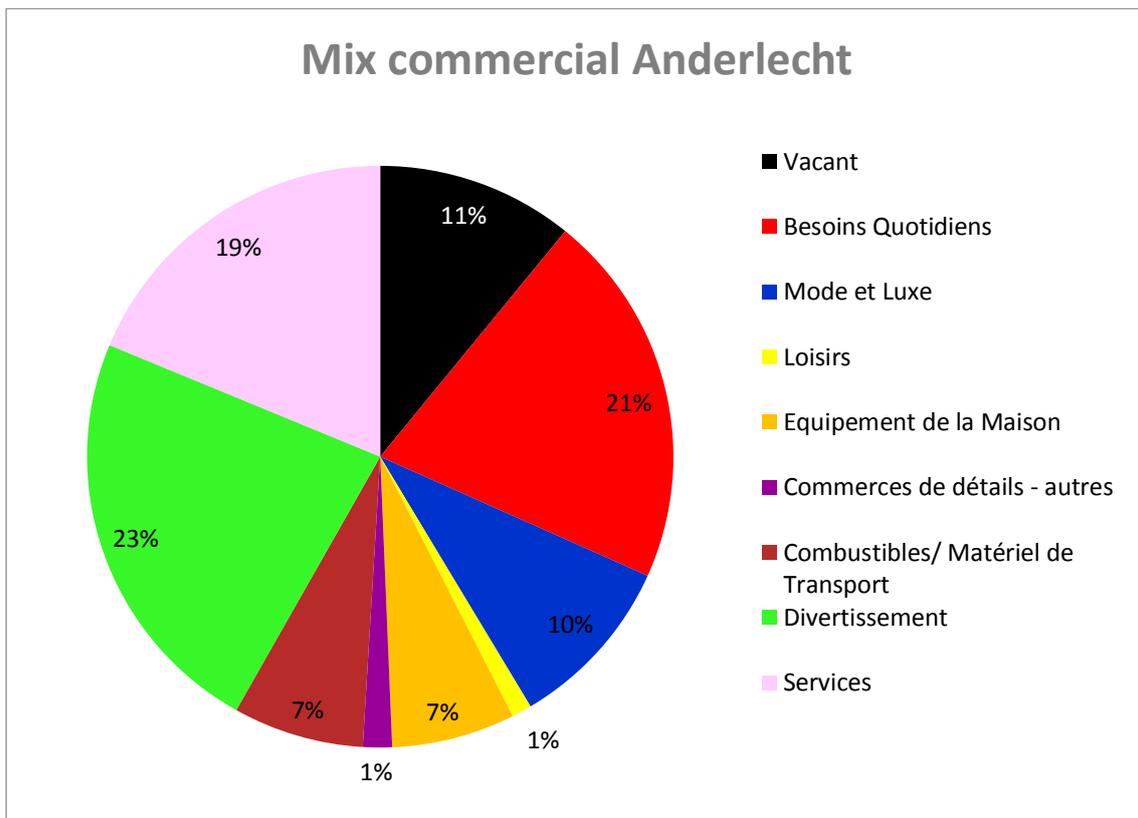
Sur base du relevé des commerces des données Locatus¹, le mix commercial a pu être analysé à différentes échelles. Ce rapport présente dans un premier temps l'analyse du mix à l'échelle de la commune, ensuite une analyse plus précise du centre (quartier de la place de la Vaillance et de la rue Wayez), pour déboucher par la suite sur une analyse des différents pôles commerciaux de la commune.

L'analyse du mix commercial des différents pôles sera exprimée par les types de secteurs suivants :

- ➡ Vacant : cellule vide
- ➡ Besoins quotidiens (parfumerie, droguerie, chocolaterie, boulangerie, ...)
- ➡ Mode et luxe : équipement de la personne (vêtement, chaussure, bijouterie, opticien...)
- ➡ Loisirs (jouet, sport, culture, ...)
- ➡ Equipement de la maison (jardinerie, meuble, bricolage, décoration, électro-hifi, ...)
- ➡ Commerces de détail – autres : divers (stock américain, seconde main, souvenirs, paramédical, ...)
- ➡ Combustibles/Matériel de Transport (concessionnaire, station essence, garagiste...)
- ➡ Divertissement (restauration, hôtel, café, cinéma, casino, solarium, ...)
- ➡ Services (coiffeur, tailleur, location, banque, agences, wasarette, ...)

¹ Mise à jour en janvier 2015

- La commune



Nombre de cellules commerciales : 1.996

Nombre de cellules vides : 217

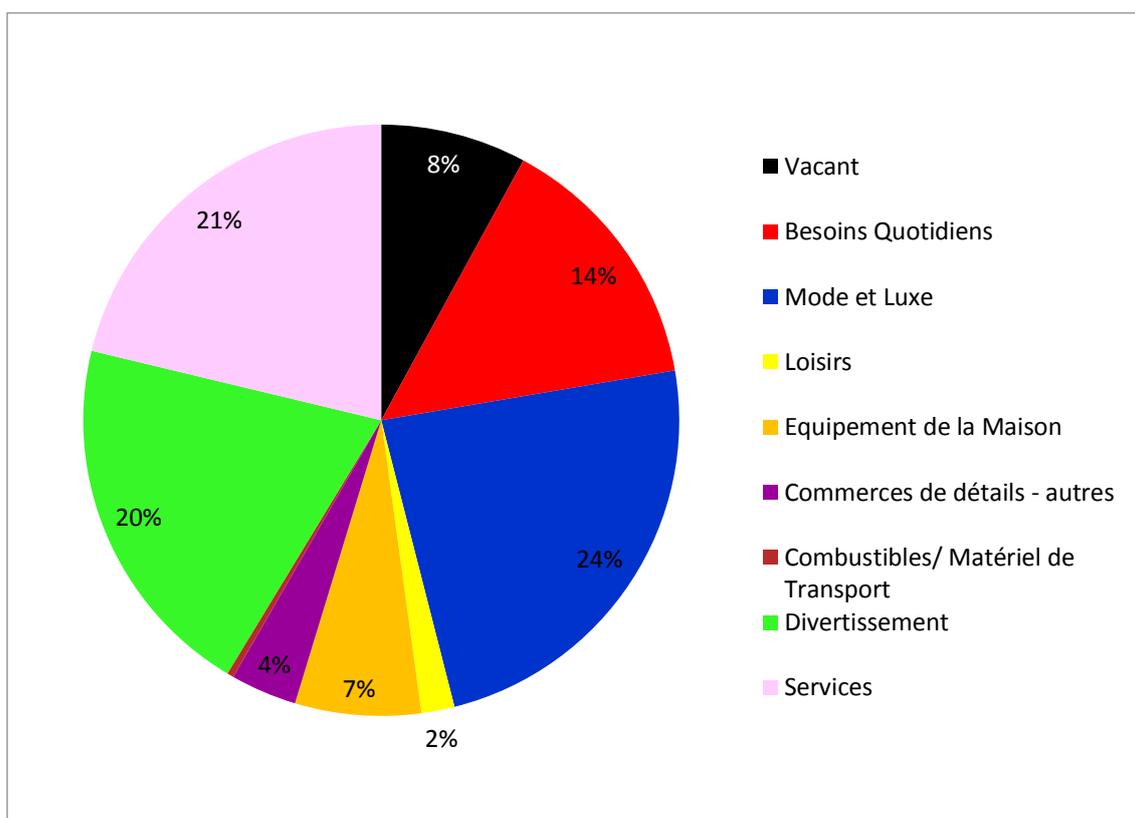
Enseignes principales : Cora, Decathlon, IKEA, Brico, H&M, etc.

L'analyse du graphique précédent montre une prépondérance pour trois secteurs commerciaux en particulier : les services, les divertissements et les besoins quotidiens semblent légèrement plus importants.

Le taux de cellules vides² est en revanche assez élevé (11%). Or les statistiques montrent qu'un taux de vacance supérieur à 5% représente un danger pour la santé commerciale des pôles. Ce taux de vacance se présente donc comme une faiblesse à prendre en compte dans la redynamisation commerciale de la commune.

² Inoccupation temporaire ou prolongée d'un local commercial

- Le centre – Place de la Vaillance et rue Wayez



Nombre de cellules commerciales : 278

Nombre de cellules vides : 22

Enseignes principales : Carrefour Express, Panos, Kruidvat, etc.

Des secteurs semblent ressortir, notamment le secteur mode et luxe (24%), les services (21%) et les divertissements (20 %). D'autres secteurs sont nettement moins représentés comme les loisirs (3%), le commerce de détails (4%) et les combustibles et matériel de transport (0%).

L'équilibre commercial de ces secteurs semble correspondre au schéma traditionnel des centres-villes. Des secteurs comme l'équipement de la maison, les loisirs et les combustibles et matériel de transport sont moins représentés, ce qui s'explique par leur tendance à occuper des surfaces commerciales plus importantes, des surfaces qui sont plus représentées en périphérie.

Bien que le secteur mode et luxe, relatif à l'équipement de la personne (vêtements, chaussures et accessoires), soit plus important dans l'hypercentre (24%), comparativement à d'autres villes, il reste faible.

En comparant ces données à celles de centres villes qualifiés de dynamiques et attractifs³, la proportion du secteur mode et luxe avoisine souvent les 40%, soit presque le double du centre

³ Comme par exemple, Waterloo, Namur, Louvain-la-Neuve.

d'Anderlecht. Ce secteur est directement lié à l'attractivité du centre-ville. Le secteur mode et luxe correspond à des achats semi-courants légers. Ces achats se font, certes moins souvent, mais ils permettent de capter des chalandes sur une plus grande distance et donc d'accroître la zone de chalandise de l'hypercentre. Pour ce type d'achats, les consommateurs recherchent avant tout du choix et de la diversité, autrement dit, plus l'offre sera importante et diversifiée, plus ils seront prêts à se déplacer.

Des secteurs tels que les besoins quotidiens et les services restent néanmoins très importants, car ils permettent de satisfaire les besoins de la population locale et de limiter l'évasion commerciale en dehors de la commune.

Par la suite, l'analyse de la demande permettra d'appréhender les besoins et attentes de la population. Ceci permettra de déterminer si les commerces satisfont les chalandes, et d'évaluer l'évasion commerciale actuelle.

En ce qui concerne le taux de vacance, alors qu'il était de 11% pour le mix commercial communal, il s'élève à 8% pour l'hypercentre. Bien que ce taux se situe au-dessus des 5% recommandés, il se situe dans la moyenne bruxelloise. Il n'est pas alarmant mais demande à être surveillé afin d'éviter son augmentation. La présence de cellule vide influe directement sur le dynamisme d'un pôle commercial. Elles créent des fractures dans les axes commerciaux et participent au sentiment d'insécurité, à travers leur état peu entretenu. La présence de ces cellules vides peut offrir une vision tronquée d'une rue commerciale en décrépitude, et provoquer un phénomène de contagion.

Ces 8% de cellules vides représentent une surface vacante totale de 1.375 m². Ces surfaces peuvent également être envisagées comme des opportunités de développement. Elles peuvent en effet attirer des investisseurs. Bien que certaines d'entre elles soient de tailles réduites d'autres possèdent des surfaces intéressantes pour attirer certaines enseignes⁴.

Suite à ces premières analyses, les deux priorités pour le quartier centre - Wayez sont :

- ❖ Le développement de l'équipement de la personne (Mode et luxe)
- ❖ Limiter l'augmentation du nombre de cellules vides

⁴ Par exemple, une surface libre de 370 m² située au 97 rue Wayez.

b) Répartition commerciale

Une cartographie de l'ensemble des commerces anderlechtois permet de visualiser la répartition spatiale de ceux-ci. Les cartes suivantes présentent les commerces selon la typologie des secteurs commerciaux présentés précédemment.

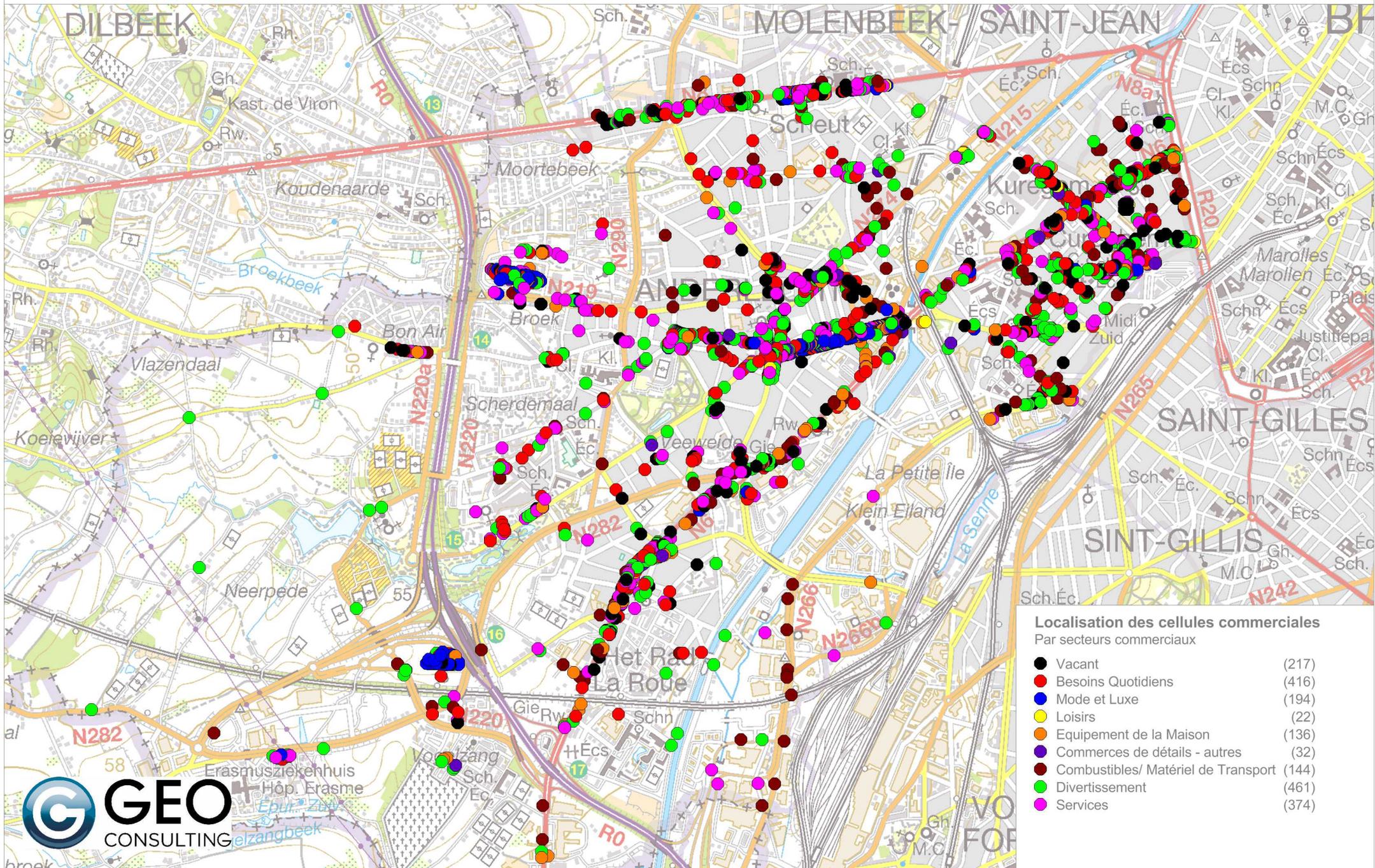
La première carte permet de visualiser le taux de dispersion des commerces. Autrement dit, d'évaluer la concentration des commerces et de faire ressortir si possible des pôles commerciaux distincts.

Après analyse il apparaît que la dispersion commerciale semble importante et hétérogène. Quelques concentrations apparaissent mais les cellules commerciales semblent recouvrir l'ensemble du territoire anderlechtois. Six grands ensembles ressortent néanmoins, mais leurs limites restent floues. Un premier se localise dans le centre de la commune, composé de la rue Wayez et de la Place de la Vaillance, et dans une moindre mesure du quartier Aumale. Un second regroupe les quartiers de Cureghem et du Midi. Un troisième, plus linéaire, se définit le long de la Chaussée de Mons. Un quatrième suit le même profil le long de la Chaussée de Ninove, quartier Scheut. Ces deux axes présentent des structures commerciales plus linéaires et sont plus sensibles au risque de dispersion commerciale. Les deux derniers ensembles correspondent aux Shopping Cora et au Westland Shopping. Pour faciliter l'analyse, ces ensembles seront redéfinis en pôles commerciaux qui seront présentés par la suite.

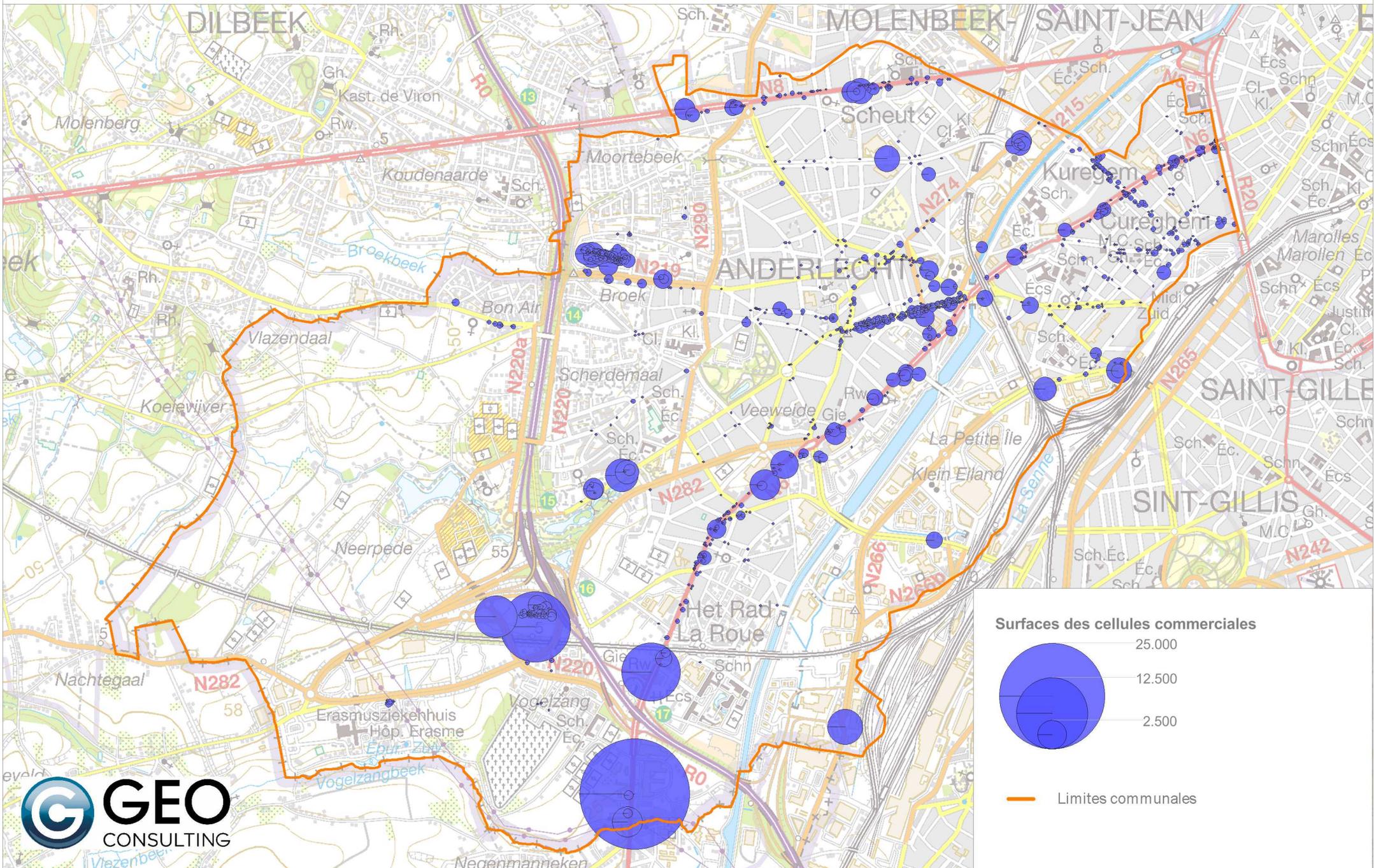
La seconde carte représente la répartition des commerces par secteurs commerciaux dans la rue Wayez. Les commerces se présentent également sous une structure linéaire le long de la rue Wayez avec une prolongation sur la place de la Vaillance et les rues qui débouchent sur cette dernière. Une spécialisation en Mode et Luxe est visible dans la partie Ouest de la rue Wayez (côté place de la Vaillance). La place de la Vaillance et la place de la Résistance rassemblent, quant à elles, davantage de divertissements (HoReCa) et services. Axe commercial historique de la commune d'Anderlecht, le dynamisme commercial semble se concentrer sur un périmètre limité, la rue Wayez et les deux places, avec peu de dispersion dans les rues avoisinantes. Au vu de la structure commerciale actuelle, ceci semble être un point positif, car une dispersion trop importante des commerces déforçerait le dynamisme commercial.

La troisième carte prouve que les surfaces commerciales les plus importantes se localisent en périphérie. Elles se retrouvent principalement sur les Shoppings et le long de la Chaussée de Mons. Au Sud, les grandes surfaces représentent des commerces caractéristiques du paysage commercial anderlechtois : IKEA (25.000 m²), Brico Plan-it (8.3000 m²), Cora (11.000 m²).

Localisation des cellules commerciales dans la commune d'Anderlecht



Localisation des cellules commerciales

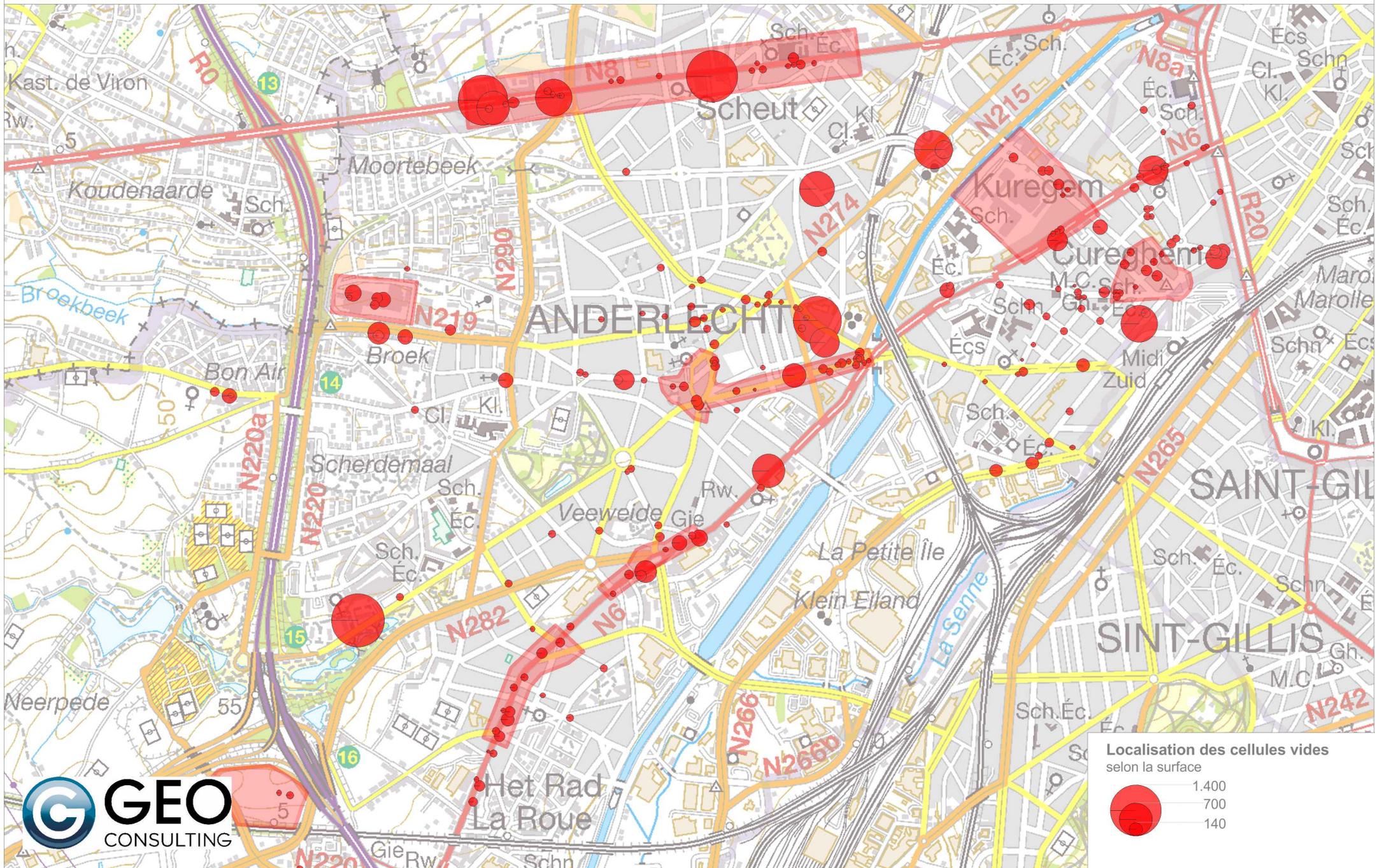


- Les cellules vides

La carte suivante représente la répartition spatiale des cellules vides selon leur surface. Il apparaît que ces cellules se retrouvent dans tous les pôles. Des surfaces plus importantes se localisent le long de la Chaussée de Ninove et à proximité du centre – rue Wayez. De nombreuses cellules vides se retrouvent aussi en dehors des concentrations commerciales, ceci pourrait être contré via une reconversion de cellules, en logement par exemple.

Plusieurs solutions permettent de contrer ou d'enrayer ce phénomène via des actions concrètes de redynamisation et d'occupation de ces cellules. Nous y reviendrons par la suite.

Localisation des cellules vides



c) Taux d'enseignes

L'analyse de la représentativité des enseignes au sein de l'équipement commercial d'une commune permet de mesurer son attractivité auprès des grandes enseignes nationales et internationales. L'objectif n'est pas de viser une représentativité totale des enseignes au sein du mix commercial mais de trouver l'équilibre adéquat. Même si les enseignes permettent difficilement la différenciation commerciale face aux concurrents, elles sont des éléments clés dans l'attractivité des pôles commerciaux. Certaines d'entre elles jouent les rôles qu'on appelle : « locomotives commerciales » ; magasins qui, au sein d'un ensemble commercial, sont les plus fréquentés et stimulent la venue des chalands. Ces locomotives commerciales ont bien souvent des retombées positives pour les commerces voisins. C'est le cas par exemple de magasins tels que H&M, Zara, C&A, IKEA, Fnac, Primark, etc.

En analysant le taux de représentativité des enseignes au sein de l'équipement commercial général de la Ville d'Anderlecht, il apparaît que 16% des commerces sont sous enseignes.

En comparant ces données à d'autres communes⁵, Anderlecht semble proposer un taux d'enseigne relativement faible, comparable à ceux de communes de taille réduite. En ce qui concerne les cellules vides, le taux s'apparente à celui de Mons ou Wavre. Or Mons connaît depuis une dizaine d'année un déclin commercial en centre-ville.

Villes	Cellules vides	indépendants	enseignes	nbre de cellules
Anderlecht	11%	84%	16%	1996
Arlon	9%	81%	19%	619
Soignies	5%	79%	21%	410
Mons	11%	79%	21%	2084
Waterloo	8%	73%	27%	796
Walcourt	7%	84%	16%	173
Wavre	11%	73%	27%	976

Tableau comparatif des taux d'enseignes et des cellules vides (sources : Locatus)

⁵ Communes dont nous possédons les bases de données complètes de leur structure commerciale.

3. Indicateurs de dynamisme commercial

a) *Taux de vacance*

Le taux de cellules vides s'élève à 11% pour la commune et à 8% pour le centre - Wayez. Le taux de vacance a été expliqué précédemment via le mix commercial.

b) *Evolution commerciale*

Le tableau ci-dessous présente l'évolution de chaque secteur commercial entre 2009 et 2015. La première constatation est l'évolution fulgurante du nombre de cellules vides, dont le nombre a triplé en six ans. Autre secteur dont l'augmentation est importante, le secteur du commerce de détails, mais il reste cependant peu développé en comparaison aux autres secteurs. Les secteurs mode et luxe, loisirs et équipement de la maison ont, quant à eux, diminué.

D'un point de vue plus global, le nombre de cellules commerciales, ainsi que les surfaces totales, sont restés relativement stables.

	2009	2009	2015	2015	Evolution	Evolution
	nbre de pts de vente	Surface de vente	nbre de pts de vente	Surface de vente	du nbre de pts de vente	des surfaces de vente
Cellules vides	72	11100	217	22850	201%	106%
Besoins Quotidiens	415	54161	417	48590	0%	-10%
Mode et Luxe	217	35744	194	35309	-11%	-1%
Loisirs	41	11566	22	9835	-46%	-15%
Equipement de la Maison	158	79414	136	73092	-14%	-8%
Commerces de détails - autres	17	2891	32	3598	88%	24%
Combustibles/ Matériel de Transport	172	0	164	0	-5%	/
Divertissement	475	0	467	0	-2%	/
Services	399	0	375	0	-6%	/
Total avec cellules vides	1966	194876	2024	193274	3%	-1%
Total SANS cellules vides	1894	183776	1807	170424	-5%	-7%

Sources : Locatus 2009 - 2015

Tableau comparatif de l'évolution commerciale et de l'équipement commercial

Le tableau ci-dessous compare l'évolution du nombre de cellules commerciales avec la région bruxelloise et une autre commune bruxelloise, Schaerbeek⁶. La plupart des évolutions, positives et négatives, sont plus importantes à Anderlecht. Ce tableau confirme que les cellules vides ont fortement augmenté depuis 2009. Le secteur du commerce de détails s'est également développé davantage à Anderlecht. Ce secteur correspond à des commerces divers de style stock américain, seconde main, souvenirs, paramédical, etc. Les diminutions des secteurs mode et luxe et loisirs sont également plus marquées.

Bien que le taux de cellules vides n'est pas alarmant, comparativement à d'autres communes, son évolution est préoccupante et prouve que des mesures doivent être mises en place afin d'enrayer ce phénomène.

 Evolution du nombre de points de vente			
	Anderlecht	RBC	Schaerbeek
Cellules vides	201%	104%	118%
Besoins Quotidiens	0%	4%	9%
Mode et Luxe	-11%	-5%	-3%
Loisirs	-46%	-24%	0%
Equipement de la Maison	-14%	-15%	-2%
Commerces de détails - autres	88%	23%	9%
Combustibles/ Matériel de Transport	-5%	-9%	5%
Divertissement	-2%	6%	27%
Services	-6%	-2%	4%
Total avec cellules vides	3%	4%	14%
Total SANS cellules vides	-5%	-1%	9%
Sources : Locatus 2009 - 2015			

⁶ Cette commune a été choisie car elle se rapprochait d'Anderlecht en termes de volume de population.

c) Taux d'équipement commercial

Le tableau ci-dessous compare la structure commerciale anderlechtoise à la moyenne bruxelloise. Les écarts à la moyenne bruxelloise sont ensuite calculés pour chaque secteur commercial, pondérés par la population d'Anderlecht et la population moyenne des communes bruxelloises.

Il apparaît que seulement quatre secteurs se situent en dessous de la moyenne bruxelloise : Mode et Luxe, Loisirs, commerces de détails et divertissements. Si l'évolution du nombre de cellules de commerces de détails était importante pour la commune d'Anderlecht, ce secteur reste sous-développé par rapport à la moyenne bruxelloise.

Les autres secteurs commerciaux sont, quant à eux, surdéveloppés par rapport à la moyenne bruxelloise. Ce sont les secteurs des combustibles et transports, les cellules vides, les besoins quotidiens, l'équipement de la maison et les services.

Les analyses précédentes ont démontré que comparativement à d'autres communes, Anderlecht semblait présenter une certaine saturation commerciale. Néanmoins, au vu de sa densité de population et des perspectives démographiques de celle-ci, il est intéressant de pouvoir maintenir une offre commerciale suffisante afin de subvenir aux besoins de cette population.

Analyse de la structure commerciale anderlechtoise						
	Anderlecht		Moyenne bruxelloise		Ecart à la moyenne bruxelloise en fonction de la population	
	Nbre de pts de vente	Surface de vente	Nbre de pts de vente	Surface de vente	Nbre de pts de vente	Surface de vente
Cellules vides	217	22.850	87	9.732	1,39	1,30
Besoins Quotidiens	417	48.590	180	22.263	1,28	1,21
Mode et Luxe	194	35.309	120	20.818	0,90	0,94
Loisirs	22	9.835	22	4.124	0,56	1,33
Equipement de la Maison	136	73.092	63	18.574	1,21	2,19
Commerces de détails - autres	32	3.598	23	2.843	0,77	0,70
Combustibles/ Matériel de Transport	164	0	38	0	2,40	/
Divertissement	467	0	265	0	0,98	/
Services	375	0	189	0	1,11	/
Total avec cellules vides	2.024	193.274	983	78.355	1,14	1,37
Total SANS cellules vides	1.807	170.424	896	68.623	1,12	1,38

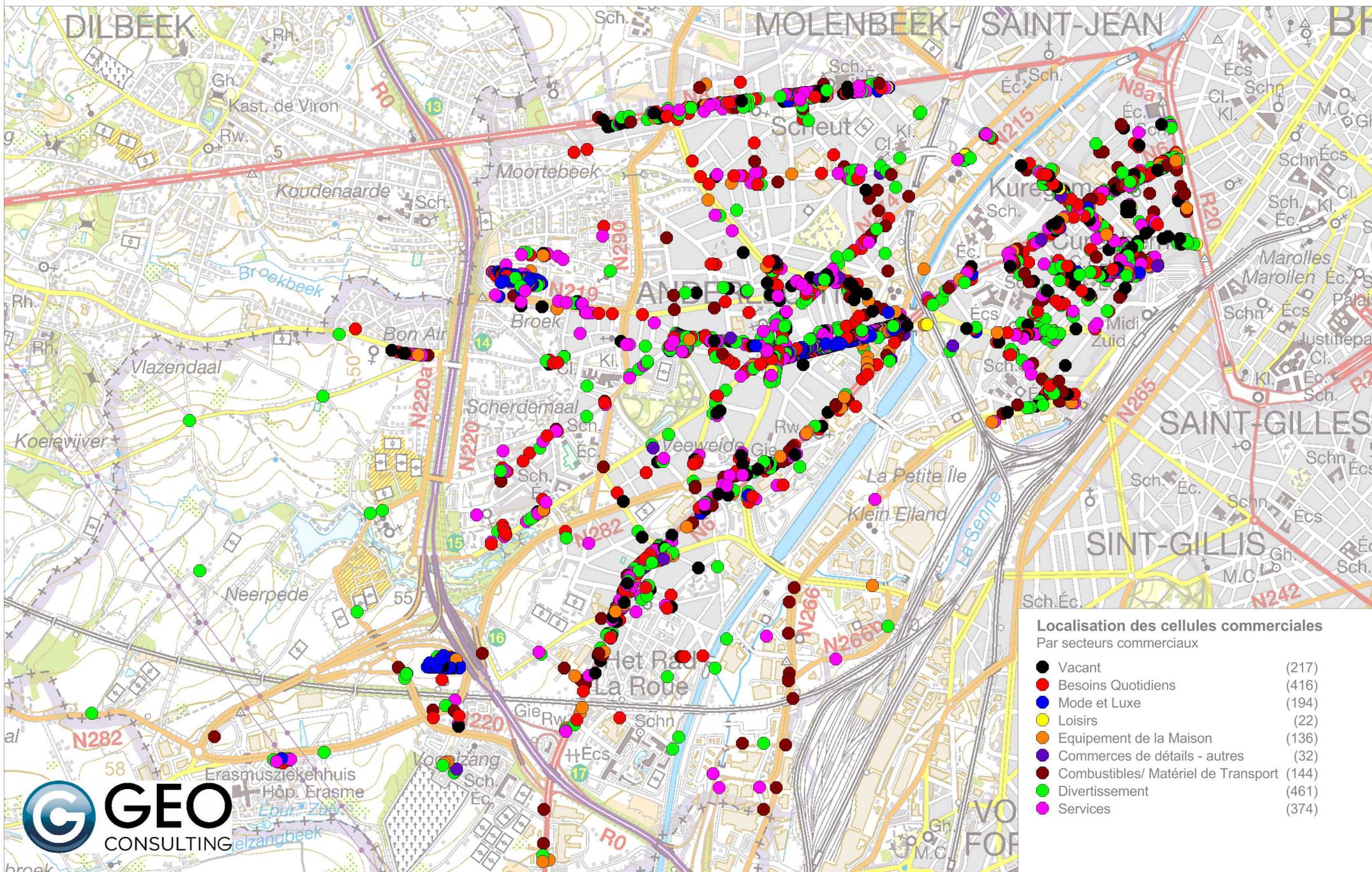
Sources: Locatus 2015

En analysant le nombre de commerces pour 1000 habitants, le ratio anderlechtois apparaît également plus important, principalement à l'Est et à l'Ouest de la commune. Ce qui démontre un certain dynamisme commercial. Mais en mettant la carte suivante en relation avec l'analyse du tableau précédent, il apparaît que, bien que le taux d'équipement commercial soit relativement élevé, certains secteurs restent sous-représentés.

Sur base des analyses précédentes, pour atteindre la moyenne bruxelloise, la commune d'Anderlecht pourrait encore développer 2.600 m² en équipement de la personne (Mode et luxe) et 1.600 m² en commerces de détails⁷. Si le secteur du commerce de détail semble se développer, celui de l'équipement de la personne est en déclin, or c'est un secteur très attractif pour les chalands. Ceci confirme donc l'importance de mettre en place des mesures pour promouvoir le développement de ce secteur.

⁷ Ces chiffres sont calculés sur base des moyennes belges et bruxelloises en fonction du volume de population (données locatus).

Localisation des cellules commerciales dans la commune d'Anderlecht



d) Taux de dispersion commerciale

Ce taux de dispersion a déjà été abordé précédemment via l'analyse de la répartition des cellules commerciales.

Cette analyse montre que moins de 50% des cellules commerciales de la commune d'Anderlecht se localisent dans des pôles commerciaux.

Seulement 15% des cellules commerciales se localisent dans le centre, quartier rue Wayez et place de la Vaillance.

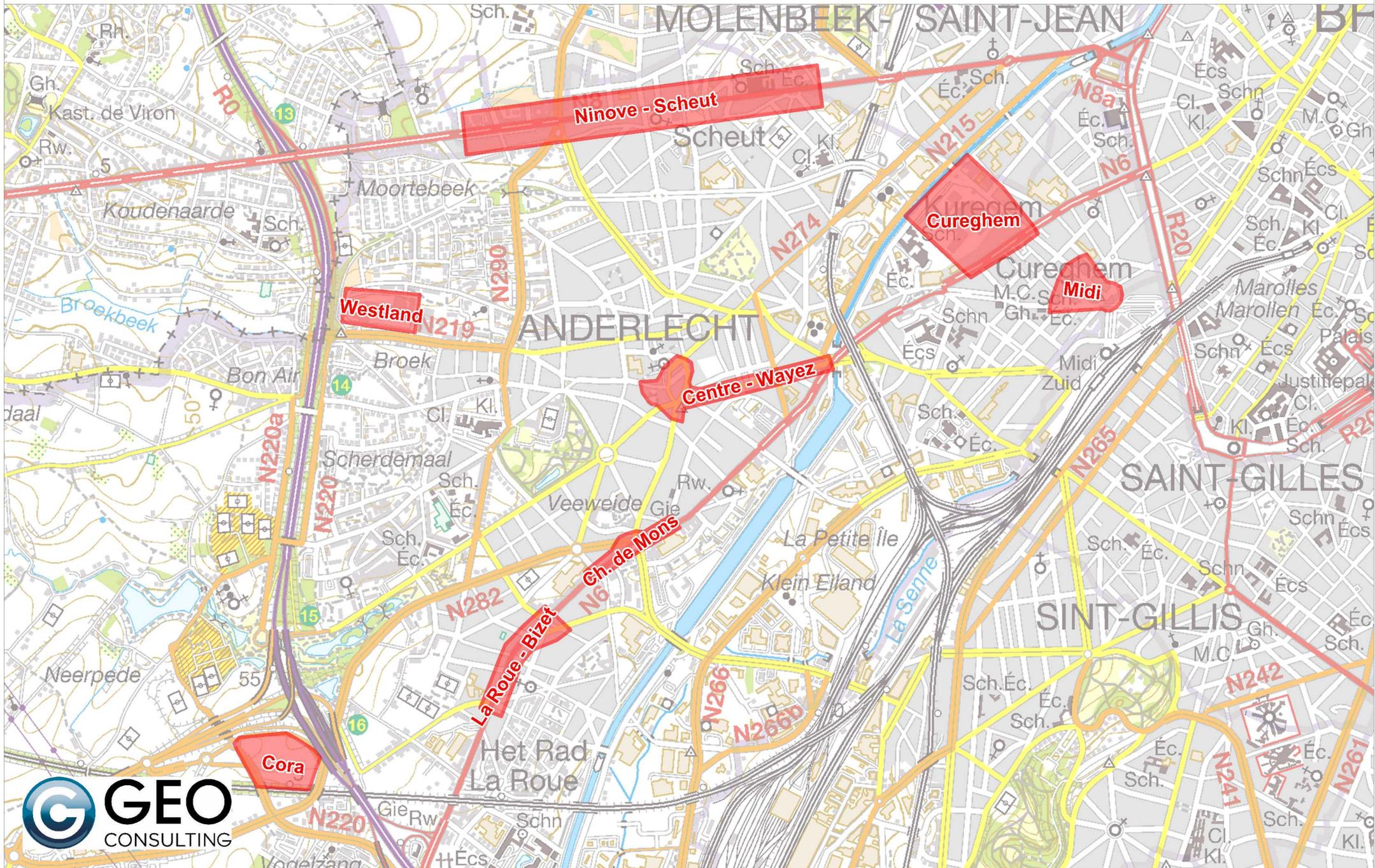
La première des cartes qui suivent, permet de faire ressortir huit pôles commerciaux, via la concentration spatiale des cellules commerciales.

- Le centre : rue Wayez – Place de la Vaillance
- Le quartier Cureghem - Abattoirs
- Le quartier du Midi
- La Chaussée de Ninove – quartier Scheut
- La Chaussée de Mons : La Roue - Bizet
- Le Shopping Westland
- Le Shopping Cora

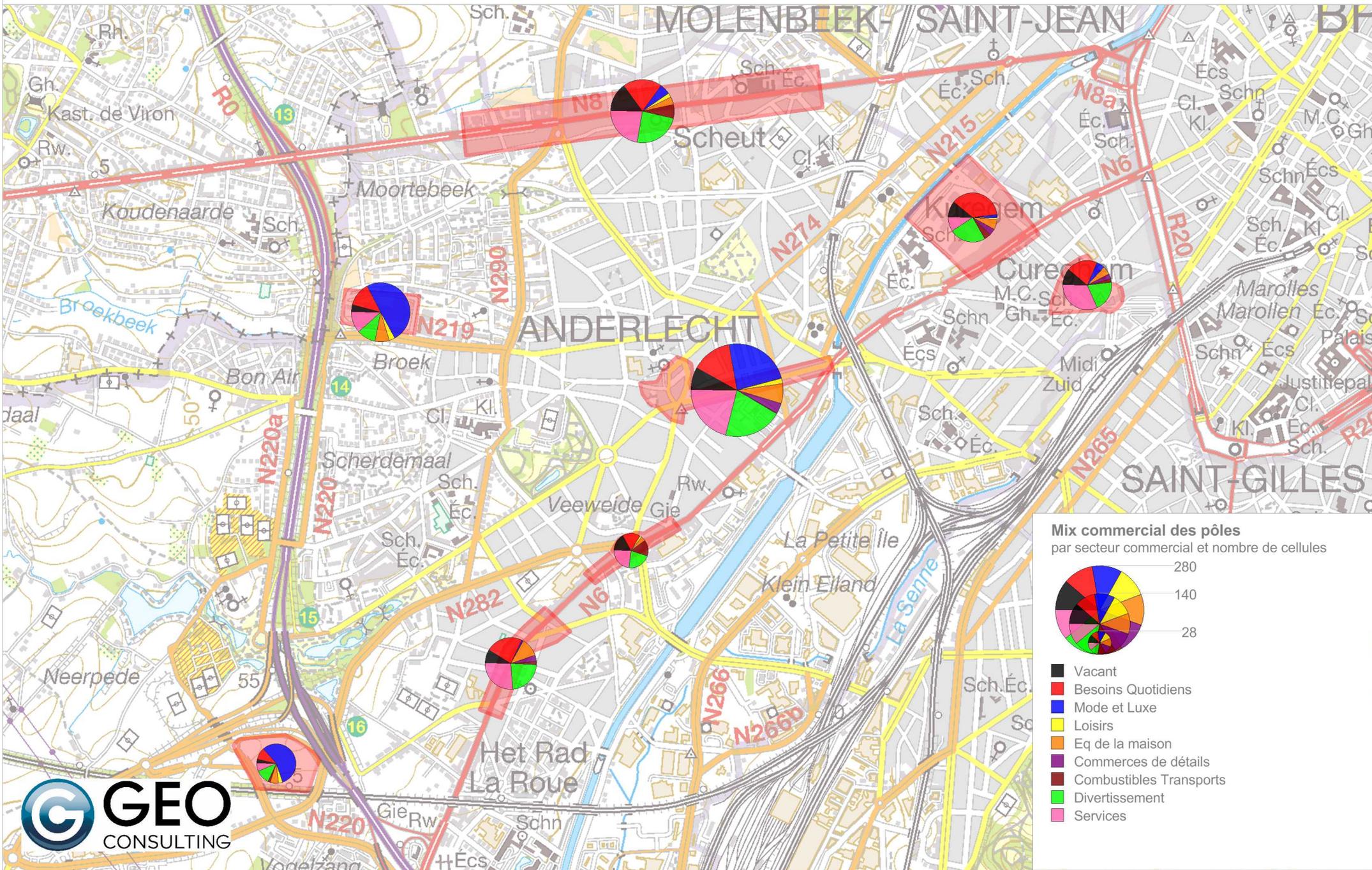
La carte suivante permet d'analyser le mix commercial de ces pôles, et montre également que le quartier du centre Wayez n'est que peu prédominant en termes de nombre de cellules. Cette carte montre que les tailles de pôles sont peu perceptibles. La hiérarchie des pôles est donc peu marquée en termes de cellules, mais les caractéristiques de ceux-ci montreront par la suite des différences plus marquées.

Par la suite chaque pôle a été analysé et se présente dans les fiches suivantes.

Localisation des pôles commerciaux



Mix commercial des pôles

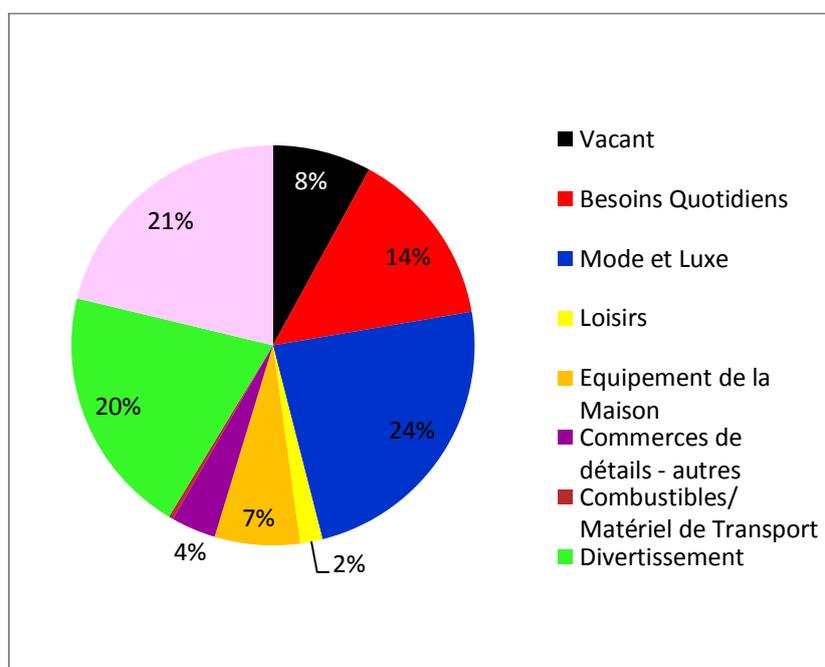


1. CENTRE : RUE WAYEZ - VAILLANCE



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

*ENSEIGNES :
CARREFOUR EXPRESS,
KRUIDVAT, ZEEMAN, ETC.*



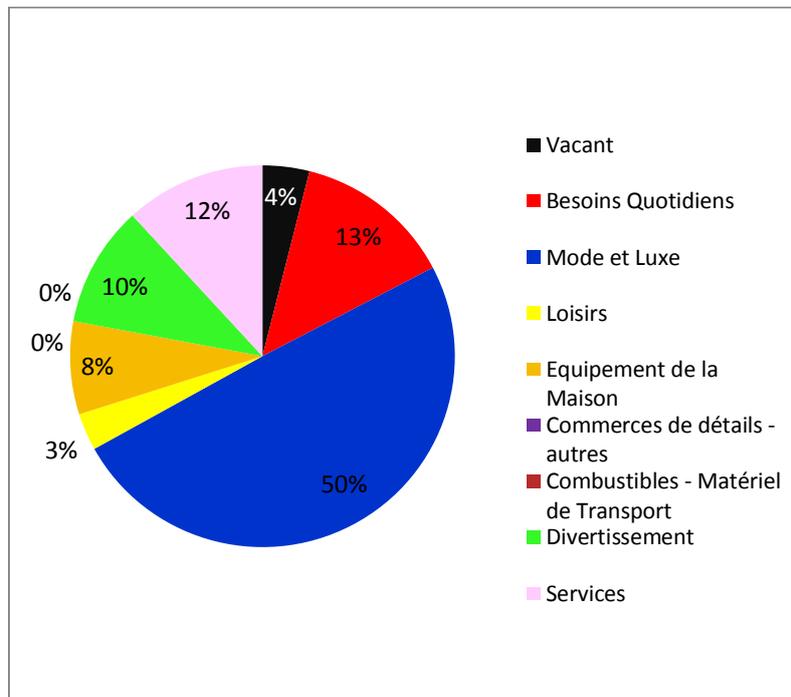
- 8% de cellules vides
- Présence de surfaces vides d'environ 300 m²
- 1.375 m² de surfaces vacantes
- 24 % en Mode et Luxe
- Nombre important de cellules commerciales
- Surface moyenne faible
- ➔ Renforcer le secteur Mode et Luxe
- ➔ Comblen les vides = opportunité
- ➔ Accroître le taux d'enseignes

2. WESTLAND



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

*ENSEIGNES :
H&M, DELHAIZE, C&A, ETC.*



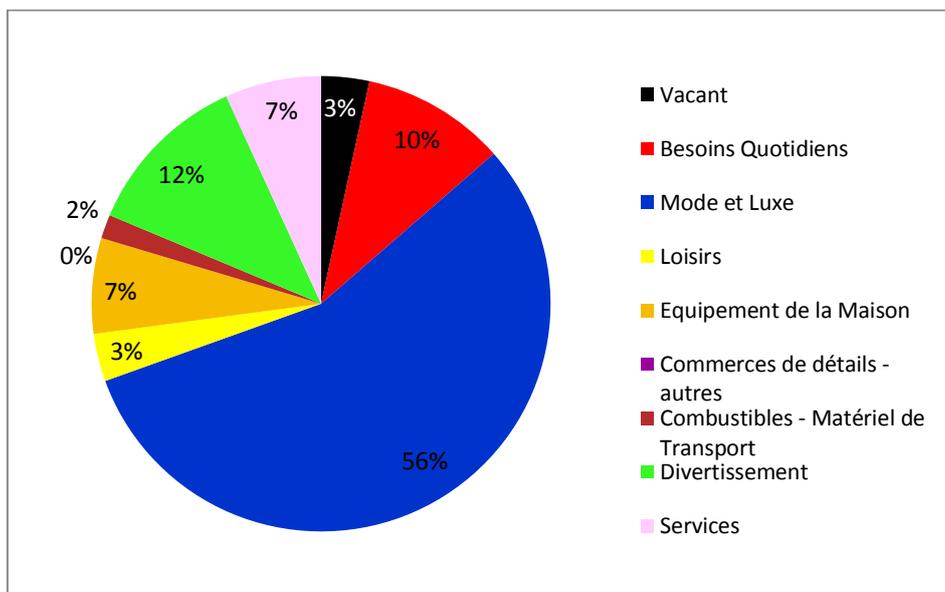
- 4% de cellules vides
- Taux élevé d'enseignes 69%
- Présence de locomotives commerciales
- 50% d'équipement de la personne
- ➔ Intérêt de créer des synergies entre les pôles commerciaux anderlechtois pour que le dynamisme du Westland se répercute sur la structure commerciale globale.
- ➔ Attractivité du centre commercial se répercute sur le quartier du Westland, plusieurs enseignes s'implantent à proximité de celui-ci. Rester vigilants à l'extension de ce pôle, afin qu'il ne cannibalise pas les autres polarités.

3. PÔLE CORA



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

*ENSEIGNES :
CORA, H&M, CASA*



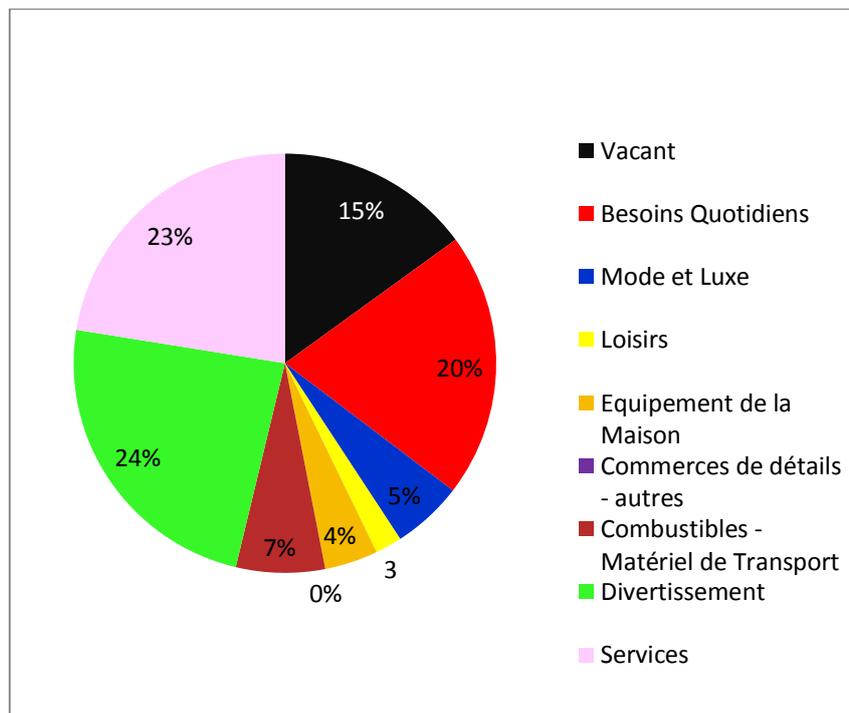
- 56% d'équipement de la personne
- Taux d'enseignes élevé
- Surface moyenne des cellules élevée
- Peu de cellules vides
- ➔ Limiter développement Mode et Luxe
- ➔ Favoriser synergies entre les pôles

4. PÔLE CHAUSSÉE DE NINOVE - SCHEUT



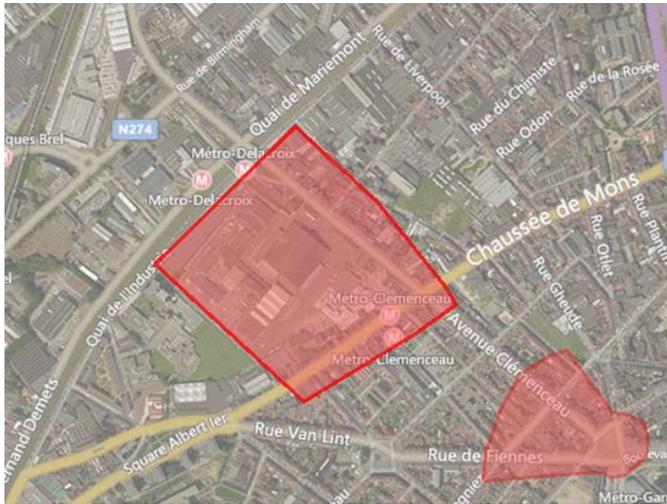
Cellules	147
% Enseignes	14%
Surface moyenne (m ²)	168
% de cellules vides	15%
Surfaces vacantes (m ²)	4.705

*ENSEIGNES :
MATCH, C&A, WIBRA, ETC.*



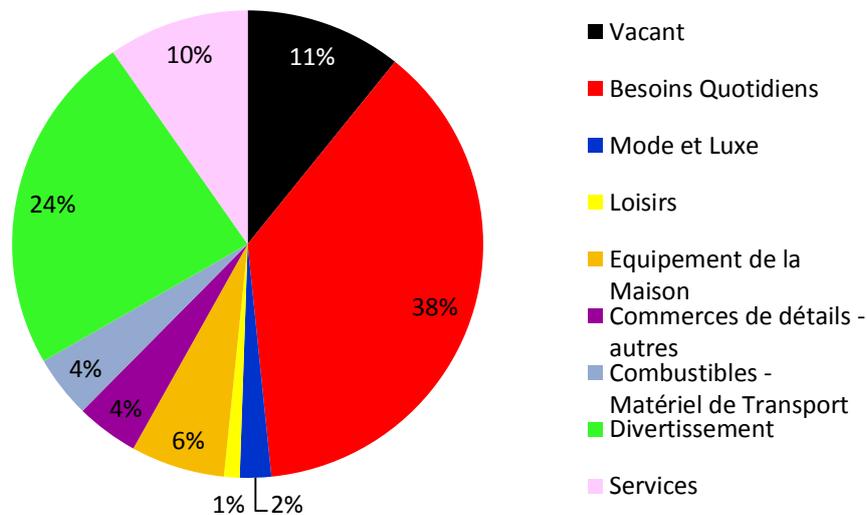
- Taux de cellules vides élevé (15%)
- Représentativité des secteurs des divertissements et services.
- ➔ Limiter les dents creuses (fractures commerciales)
- ➔ Limiter l'étalement urbain du pôle commercial

5. PÔLE CUREGHEM - ABATTOIRS



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

ENSEIGNES :
LIDL



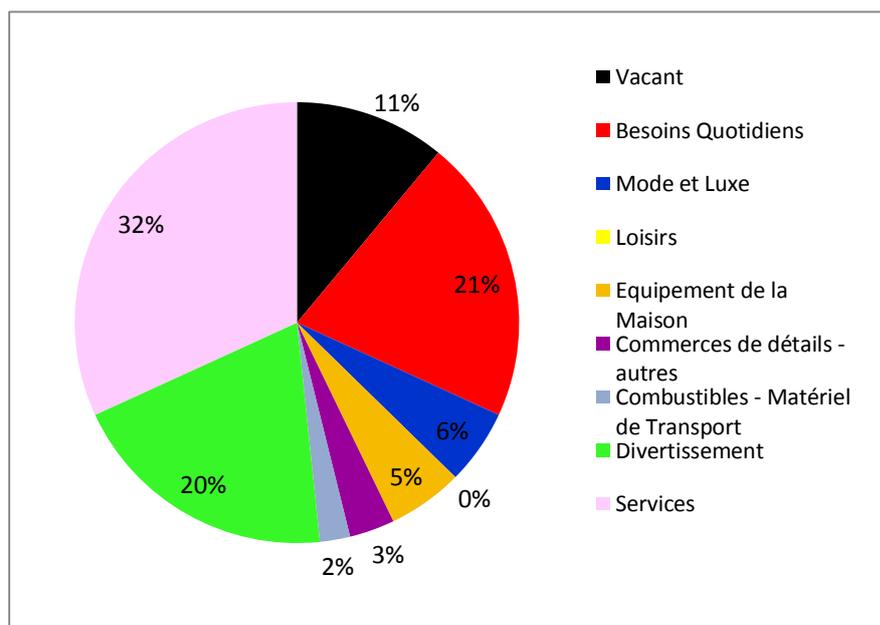
- Prédominance des secteurs de l'alimentaire (Besoins quotidiens) et HoReCa
- Très peu d'enseignes (3%)
- Spécificités des Abattoirs
- Encourager la concentration commerciale
- Maintien des spécialités en alimentaires et commerces pour HoReCa

6. PÔLE MIDI



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

ENSEIGNES :
ING, KBC



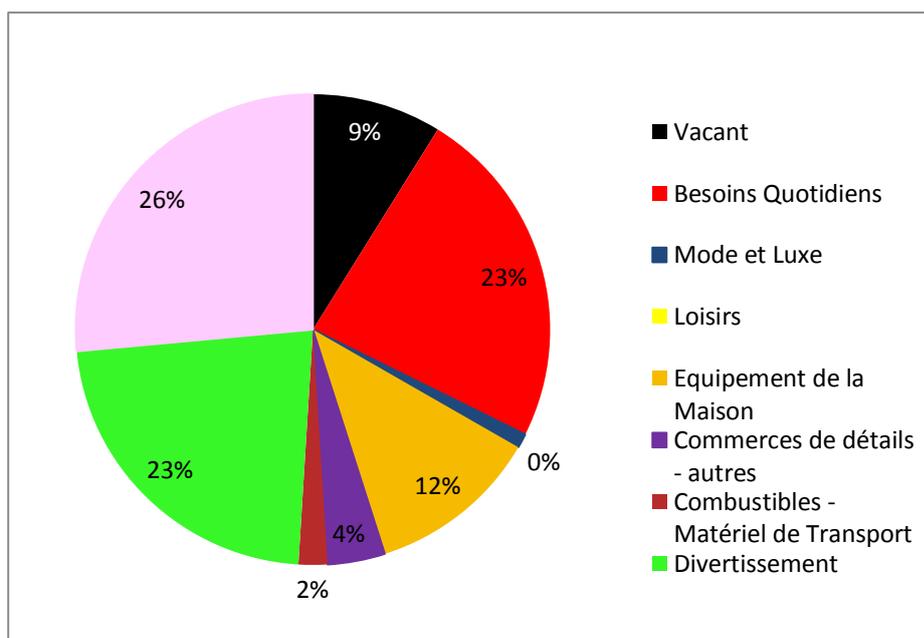
- *Prédominance des services*
- *Surfaces moyennes des cellules très élevées*
- *Dispersion communale*
- *Taux d'enseignes faible*
- *Proximité Gare du midi, mais n'en profite pas*

7. LA ROUE - BIZET



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

*ENSEIGNES :
CARREFOUR EXPRESS, AXA,
BNP, ETC.*



- Principalement des commerces de services, besoins quotidiens, divertissements
- Pôle de proximité
- Peu d'enseignes
- ➔ Axe drainant des flux importants

e) *Tableau récapitulatif des pôles commerciaux*

	Cellules	% Enseignes	Surface moyenne (m ²)	% de cellules vides	Surfaces vacantes (m ²)
Centre - Wayez	278	12%	93	8%	1375
Westland	127	69%	227	4%	515
Cora	59	59%	453	3%	75
Ninove - Scheut	147	14%	168	15%	4705
Abattoir - Cureghem	93	3%	84	11%	690
Midi	91	8%	51	11%	515
La Roue - Bizet	102	10%	85	9%	605
Chaussée de Mons	48	21%	311	17%	893
TOTAL Commune	1996	16%	190	11%	22850

Tableau récapitulatif des indicateurs des pôles commerciaux anderlechtois

Le tableau récapitulatif montre les différentes particularités des pôles, en termes de surfaces, de cellules vides, de taux d'enseignes, etc.

Les pôles présentant les parts de cellules vides les plus importantes sont la Chaussée de Mons et la Chaussée de Ninove.

Les taux d'enseignes les plus élevés se localisent dans les shoppings périphériques, le Westland Shopping et le Shopping Cora. Ce qui peut représenter une menace pour l'attractivité des autres pôles, et particulièrement pour la rue Wayez, qui propose également une offre en Mode et Luxe. Néanmoins l'offre commerciale en termes de nombre de cellules reste plus importante dans la rue Wayez.

f) Interconnexion entre les pôles

1) Méthodologie

L'analyse des interactions entre les différents pôles commerciaux d'Anderlecht passe par l'installation, à des endroits stratégiques de la Commune, de dix bornes de mesure de flux piétons fonctionnant sur base d'une technologie de pointe développée par une société partenaire de Geoconsulting⁸. Cette technologie repose sur la détection des signaux bluetooth et wi-fi des gsm et permet non seulement de reconstituer les itinéraires opérés par l'utilisateur mais également d'en déterminer la durée précise. Ce travail est réalisé dans le plus strict respect de l'anonymat des personnes⁹.

En effet, dix bornes de comptages ont été placées (avec l'accord des commerçants) suivant nos recommandations et la validation de la commune d'Anderlecht. Le comptage a été réalisé du 09/04/2015 au 08/05/2015. Les commerces ayant participé à l'opération sont les suivants :

- ➡ Borne 1 : Le Saphir
Rue Wayez, 165 A

- ➡ Borne 2 : Saponi Méditerranéi
Rue Wayez, 27

- ➡ Borne 3 : Abattoirs d'Anderlecht
Rue Ropsy Chaudron, vers arrêt de métro Clemenceau

- ➡ Borne 4 : Abattoirs d'Anderlecht
Quai de l'Industrie, croisement rue Jules Ruhl

- ➡ Borne 5 : Baby House
Chaussée de Ninove, 262

⁸ Cette technologie repose sur la détection des signaux bluetooth et wifi et permet non seulement de reconstituer les itinéraires opérés par l'utilisateur mais d'en déterminer également la durée précise. Ce travail est réalisé dans le plus strict respect de l'anonymat des personnes.

⁹ Plusieurs filtres sont appliqués aux données résultantes : filtrage des employés à proximité des capteurs, filtrage voiture.

- ➡ Borne 6 : Safwan Pâtisserie
Chaussée de Ninove, 414

- ➡ Borne 7 : Covema
Westland, Boulevard Sylvain Dupuis

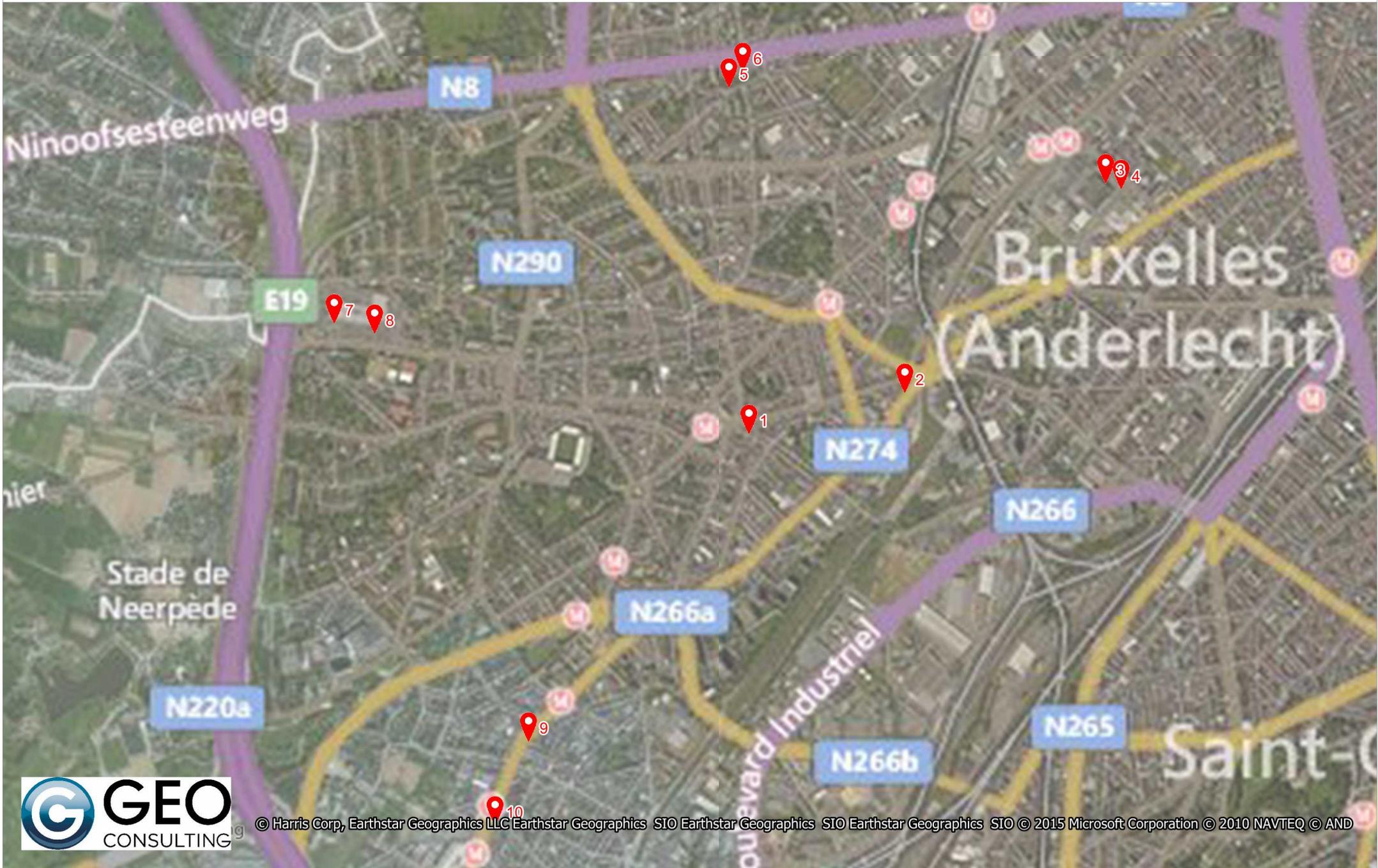
- ➡ Borne 8 : Intertoys
Westland, Boulevard Sylvain Dupuis

- ➡ Borne 9 : Pharmacie Geeroms-Bottcher
Chaussée de Mons, 1153

- ➡ Borne 10 : Selectair
Chaussée de Mons, 1037

La carte suivante permet de visualiser spatialement les 10 bornes de comptages au sein du périmètre analysé.

Localisation des bornes à Anderlecht



2) Analyse des flux de visite

Les données récoltées par les bornes permettent d'analyser différentes informations portant sur le comportement des chalands à Anderlecht. Ce chapitre va permettre de mettre en avant la répartition des chalands par pôle commercial ainsi que les relations inter-pôles. Afin de simplifier cette analyse les bornes ont été regroupées par pôle. Six pôles seront donc analysés.

Fréquentation des bornes

La première approche consiste à analyser les flux de visite des pôles. Cette analyse se base sur l'importance du flux capté par une borne vis-à-vis des autres.

Le tableau suivant présente les flux de visite des bornes analysées. Les flux sont exprimés en fonction de leur importance (%) dans le flux total généré par l'ensemble des bornes, et ce par semaine¹⁰ et week-end¹¹. Ce dernier détail est relativement intéressant dans l'analyse des pôles, puisqu'une fréquentation en semaine par exemple peut refléter davantage des achats de proximité des habitants et des travailleurs/navetteurs.

D'après les résultats ci-dessous, les bornes placées dans le Shopping du Westland génèrent au total plus de 30% des flux totaux des principaux pôles du périmètre étudié. En seconde position, les bornes situées aux Abattoirs d'Anderlecht ont générées plus de 25% des flux. Celles de la rue Wayez arrivent en troisième position (16%). Les bornes localisées dans les quartiers La Roue et Bizet ont généré peu de flux, comparativement aux autres bornes. Ceci s'explique principalement par leurs structures commerciales moins importantes.

Comptage par zone			
		Valeur absolue	%
1	Abattoirs	10309	26%
2	Bizet	3034	8%
3	Centre - Wayez	6463	16%
4	La Roue	907	2%
5	Ninove	6221	15%
6	Westland	13330	33%
	TOTAL	40264	100%

¹⁰ Du lundi au vendredi.

¹¹ Samedi et dimanche.

Les écarts entre chaque pôle et les flux totaux permettent de mieux appréhender ces différences entre la semaine et le week-end. La plupart du temps, lors des analyses, les répartitions semaine/week-end sont sensiblement identiques, environ 75% des flux sont captés durant la semaine, 25% durant le week-end. Ceci s'explique logiquement par le nombre de jours comptabilisés en semaine (5) et le nombre de jour comptabilisés le week-end (2). Mais cette tendance ne s'applique pas à tous les pôles anderlechtois. Le pôle des Abattoirs surperforme le week-end. Ceci s'explique par les marchés qui y sont organisés les vendredis, samedis et dimanches, qui catalysent un grand nombre de flux. En parallèle, certains pôles comptabilisent très peu de flux le week-end. C'est le cas notamment des pôles La Roue et Bizet. Ceci s'explique en partie par leur rôle de pôle de proximité. Les magasins localisés dans ces pôles concernent essentiellement les besoins quotidiens. Les autres pôles suivent un schéma plus traditionnel et semblent catalyser au total davantage de flux en semaine que le week-end.

Zones	Semaine	WE	TOTAL	Ecart semaine	Ecart WE
Abattoirs	38%	62%	26%	0,55	2,01
Bizet	82%	18%	8%	1,18	0,59
Centre - Wayez	83%	17%	16%	1,20	0,55
La Roue	93%	7%	2%	1,35	0,21
Ninove	80%	20%	15%	1,16	0,64
Westland	77%	23%	33%	1,11	0,76
TOTAL	69%	31%	100%	1,00	1,00

Répartition des flux de visites par bornes du périmètre étudié selon le total des flux générés.

Comme le montre le tableau suivant, une analyse plus précise de ces données fait apparaître des disparités selon les jours de la semaine. En moyenne, les pôles analysés sont davantage attractifs, dans l'ordre, les samedis et vendredis (18% des flux hebdomadaires) et les jeudis (17%). Les autres jours de la semaine présentent des proportions similaires, celle du dimanche étant compensée par les performances des Abattoirs.

D'après le tableau, et comme constaté précédemment,

- ➔ La majorité des pôles catalysent davantage de flux le jeudi (hormis les Abattoirs et le Westland). Ceci est particulier, car se sont généralement les vendredis et samedis qui sont les plus attractifs en termes de flux commerciaux.

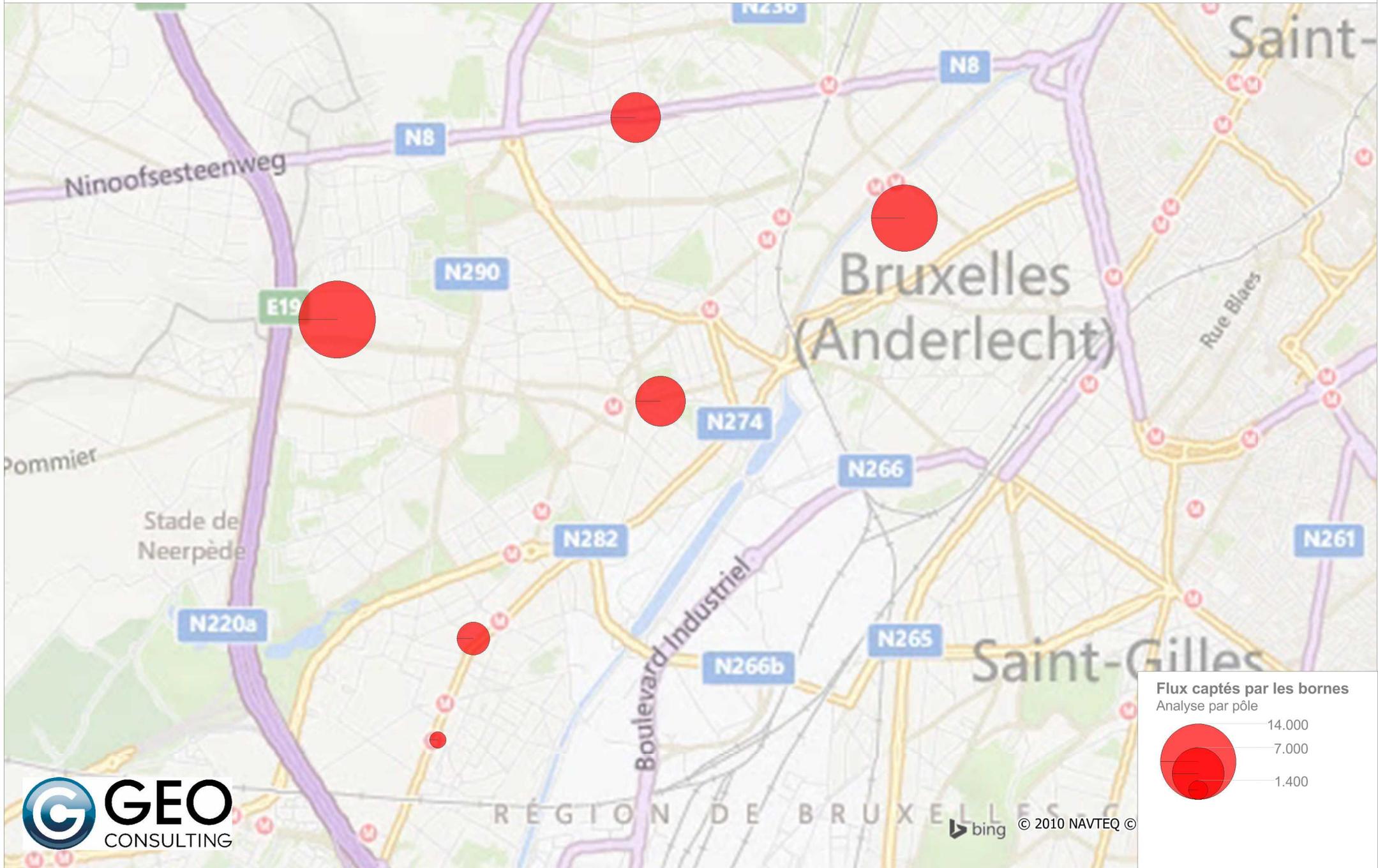
- ➔ Pour certains pôles, les flux se concentrent certains jours de la semaine. C'est le cas notamment des Abattoirs, avec une concentration très importante les vendredis, samedis et dimanches et des flux très faibles les autres jours. Le Westland présente aussi des irrégularités dans la dispersion de ces flux, ce qui est caractéristique de ce type de Shopping Center, avec davantage de flux le samedi.
- ➔ Certaines bornes présentent quant à elles des flux plus répartis selon les jours. C'est le cas notamment de la chaussée de Ninove, La Roue et Bizet.
- ➔ Logiquement, le dimanche, très peu de flux sont générés, à l'exception du pôle des Abattoirs. Les 3% du Westland s'expliquent par les brocantes qui se déroulent sur son parking.
- ➔ La rue Wayez présente une répartition des flux particulière. Les deux jours où elle comptabilise le plus de flux sont le jeudi et le lundi. Pour un centre-ville, elle comptabilise peu de flux les vendredis et samedis.
- ➔ Généralement le samedi se distingue dans l'analyse des pôles. A Anderlecht, ce n'est pas réellement le cas, hormis pour le Westland. Ceci peut s'expliquer par plusieurs hypothèses. Les shoppings centers présents sur le territoire anderlechtois catalysent davantage les flux le samedi au détriment des autres pôles anderlechtois. Ceci peut également s'expliquer par le caractère très local des structures commerciales présentes à Anderlecht. Le samedi étant par tradition populaire associé au jour du shopping, les chalands se rendent dans des pôles concurrents à ceux de la commune, à la recherche d'une offre commerciale différente (plus diversifiée, plus qualitative, plus spécifique, etc). Les pôles anderlechtois qui satisfont les besoins quotidiens de leurs chalands en semaine, souffrent de l'évasion commerciale de ceux-ci les vendredis et samedis.

Zones	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche	Total
Abattoirs	1%	2%	2%	4%	29%	26%	36%	100%
Bizet	15%	16%	17%	19%	16%	10%	8%	100%
Centre - Wayez	18%	15%	15%	23%	12%	12%	5%	100%
La Roue	18%	21%	18%	21%	15%	6%	1%	100%
Ninove	15%	15%	18%	19%	14%	14%	6%	100%
Westland	14%	14%	14%	18%	16%	20%	3%	100%
TOTAL	12%	12%	12%	16%	18%	18%	13%	100%

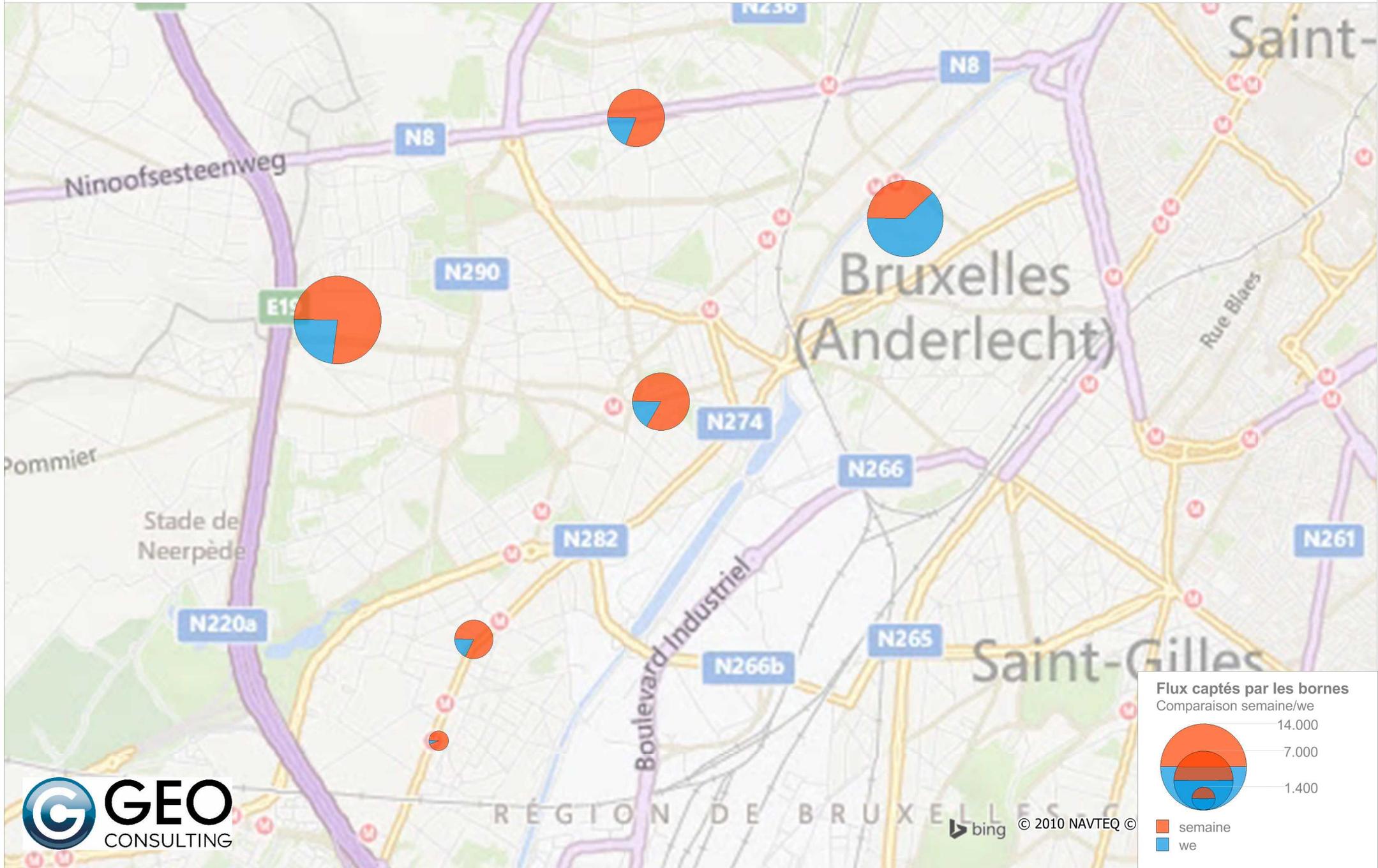
Répartition des flux de visites des pôles du périmètre bruxellois étudié selon les jours de la semaine.

La carte suivante reprend les résultats d'affluence des pôles selon les flux de la semaine et du week-end.

Localisation des bornes à Anderlecht



Analyse des flux captés selon la semaine et le week-end

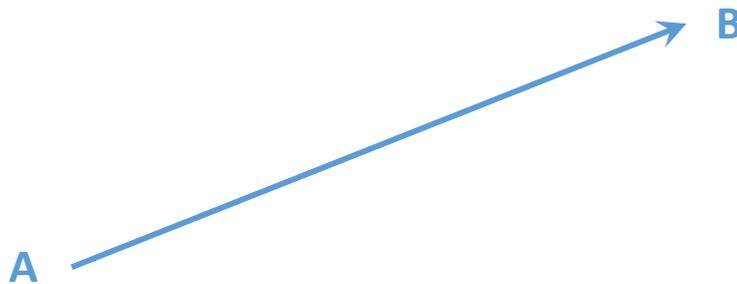


3) *Relations entre les pôles anderlechtois*

Sur base des données captées par les bornes, nous avons présenté dans le chapitre précédent les flux de visites au sein des pôles du périmètre analysé. Nous allons nous consacrer, dans ce chapitre, à l'analyse des interactions entre ces pôles. Pour ce faire, nous analyserons d'abord les relations directes puis les relations indirectes.

Interdépendance des pôles : relations directes

Cette partie porte sur l'analyse des flux directs entre deux pôles, avec un point de départ et un point d'arrivée, sans passer par d'autres pôles. Le tableau ci-dessous reprend en ligne les points de départ et en colonne les arrivées. Pour exemple, 53% des flux de la borne 1 – Abattoirs - se dirigent directement vers la borne 3 – Centre - Wayez.



On constate que certaines bornes possèdent des relations privilégiées avec d'autres. C'est le cas notamment des bornes Abattoirs et centre – Wayez qui semblent très connectées entre elles. C'est le cas également des pôles Westland et Centre – Wayez, et la Chaussée de Ninove avec les Abattoirs.

On constate également que certaines bornes possèdent des relations exclusives avec d'autres. C'est le cas notamment des bornes La Roue et Bizet qui semblent interdépendantes entre elles mais très peu intégrées au réseau des autres pôles.

Si certaines bornes semblent interdépendantes, une direction semble être privilégiée. C'est, par exemple, le cas pour les bornes La Roue et Bizet. On remarque que les flux sont plus importants de La Roue vers Bizet que l'inverse. Ou encore pour les bornes Abattoirs – Wayez, proportionnellement aux flux mesurés par ces bornes, une proportion plus importante relie les Abattoirs au centre Wayez que l'inverse. Il est à noter que cette lecture ne signifie pas que davantage de personnes se sont rendues des Abattoirs à la Rue Wayez, mais bien que parmi les flux enregistrés par les bornes des Abattoirs une plus grande proportion s'est rendue à la rue

Wayez. Comparativement, une proportion plus faible des flux de la rue Wayez s'est rendue aux Abattoirs.

Cette grille permet également de montrer que certains pôles desservent de façon plus éparse. C'est le cas du pôle rue Wayez qui entretient des relations privilégiées avec les Abattoirs, le Westland, Bizet et dans une moindre mesure avec la chaussée de Ninove. Ceci s'explique par la localisation centrale de cette borne. Le Westland et la Chaussée de Ninove possèdent également une dispersion de leurs flux importante.

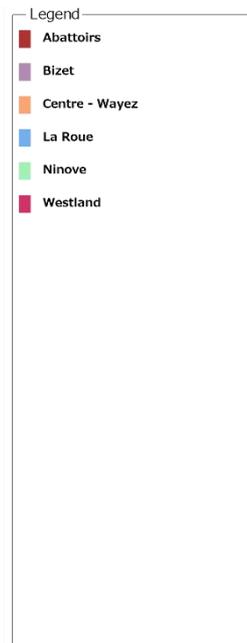
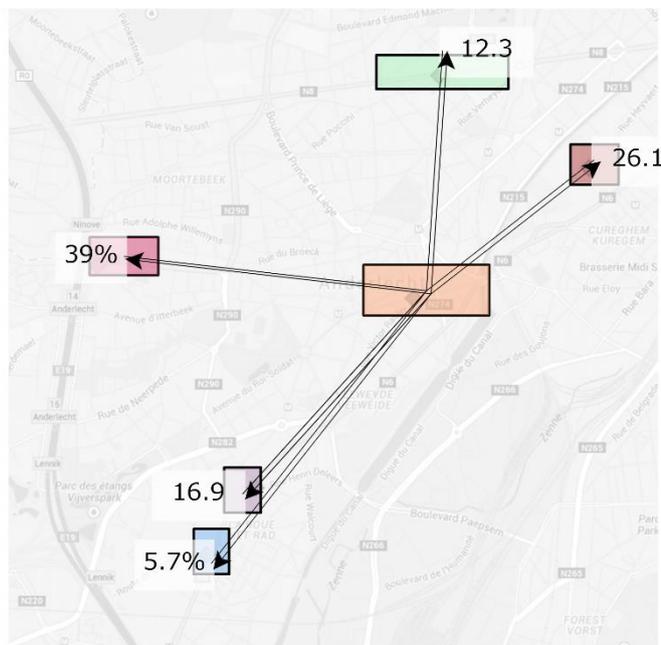
Ce tableau permet également de montrer que certains pôles sont moins connectés aux autres. Peu de chalands semblent se rendre au pôle La Roue après avoir fréquenté leur pôle de départ. Idem pour Le Westland, si ce pôle semble mesurer de nombreux flux, il apparaît que certains pôles sont très peu connectés avec lui, c'est le cas des pôles des Abattoirs, la Roue et Bizet.

La carte suivante reprend la relation directe que possède le centre-Wayez avec les autres pôles analysés.

Anderlecht - Visitor Flow Direct

09/04/2015 >

map by amMap.com

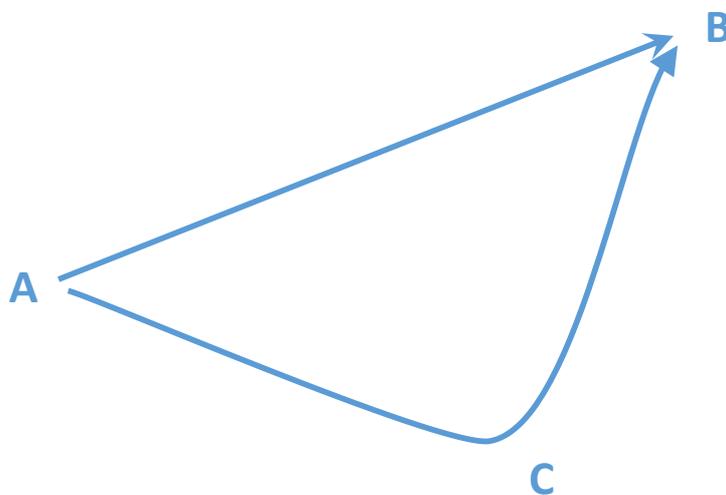


<u>Flux directs</u>		Zones destination					
Zone origine	Abattoirs	Bizet	Centre - Wayez	La Roue	Ninove	Westland	TOTAL
1 Abattoirs	0%	9%	53%	2%	34%	3%	100%
2 Bizet	8%	0%	16%	64%	7%	5%	100%
3 Centre - Wayez	26%	17%	0%	6%	12%	39%	100%
4 La Roue	2%	83%	9%	0%	3%	3%	100%
5 Ninove	47%	10%	21%	4%	0%	17%	100%
6 Westland	11%	20%	41%	3%	26%	0%	100%
TOTAL	17%	18%	20%	19%	12%	14%	100%

Répartition des flux directs entre les bornes (en %)

Relations indirectes entre les pôles anderlechtois

Cette seconde partie porte sur l'analyse des flux indirects entre deux pôles, avec un point de départ et un point d'arrivée, en passant éventuellement par d'autres pôles. Le tableau ci-dessous reprend en ligne les points de départ et en colonne les arrivées. Par exemple, 52% des flux du pôle Abattoirs atteignent le pôle Centre - Wayez de manière directe ou en passant éventuellement par d'autres bornes.



On constate de nouveau que certaines se retrouvent plus souvent dans les itinéraires des chalands, c'est principalement le cas pour le Centre – Wayez et dans une moindre mesure les Abattoirs.

L'analyse de ce tableau confirme les constatations précédentes.

Deux pôles semblent moins connectés aux autres, La Roue et le Westland. Si on prend l'exemple du Westland, hormis les chalands de la rue Wayez qui passent par le Westland (ainsi que ceux de la Chaussée de Ninove), peu d'itinéraires passent par ce pôle. Autrement dit, les chalands fréquentant les Abattoirs, les quartiers La Roue et Bizet fréquentent peu le Westland.

<u>Flux indirects</u>		Zones destination					
Zone origine	Abattoirs	Bizet	Centre - W ayez	La Roue	Ninove	Westland	TOTAL
1 Abattoirs	1%	10%	52%	2%	33%	3%	100%
2 Bizet	8%	5%	15%	60%	7%	4%	100%
3 Centre - W ayez	25%	16%	4%	6%	12%	37%	100%
4 La Roue	2%	77%	9%	6%	2%	3%	100%
5 Ninove	43%	11%	20%	5%	6%	16%	100%
6 Westland	11%	20%	41%	3%	25%	1%	100%
TOTAL	16%	19%	20%	19%	13%	13%	100%

Répartition des flux indirects entre les bornes (en %)

4) Cheminement des chalands

Les bornes de comptage de flux piétons possèdent une technologie innovante en termes de détection des cheminements des chalands. Les données analysées dans le chapitre précédent permettaient de mettre en avant les relations d'interdépendance des pôles de manière directe et indirecte.

Nous nous penchons, dans ce chapitre, sur les différents itinéraires empruntés par les chalands à Anderlecht pour déterminer les interconnexions entre les bornes du périmètre analysé, mais également sur les parcours préférentiels des chalands.

Itinéraires et interconnexions entre les pôles

Le nombre de bornes étant élevé, les possibilités d'itinéraires entre celles-ci sont trop importantes pour pouvoir être toutes présentées dans ce rapport. Aussi, nous nous concentrerons sur les principaux. Le tableau ci-dessous reprend les flux par itinéraire les plus représentés, sans ordre de passage des chalands.

Les cinq premiers itinéraires les plus visités ne comprennent qu'une seule borne, ce sont successivement le Westland, les Abattoirs, Chaussée de Ninove, Centre-Wayez et Bizet.

Ce tableau permet d'appréhender une dimension supplémentaire, le taux d'autarcie. En effet, certains pôles peuvent être à la fois le point de départ et le point d'arrivée d'une grande partie des flux qui les traversent.

Ceci signifie que les taux d'autarcie de ces cinq pôles sont élevés. Une part importante des passants fréquentant ces pôles restent exclusivement au sein de ceux-ci.

La première interconnexion de pôles apparaît en 6^{ième} position, et ne reprend que 1% des flux de visite (sans critère d'ordre de départ/arrivée). C'est donc l'itinéraire le plus privilégié par les chalands enregistrés, il correspond au trajet entre les deux bornes Bizet et La Roue. Le second itinéraire arrive qu'en 8^{ième} position, et correspond au trajet Centre – Wayez et Westland, 320 personnes sont passées par ces deux pôles. En 9^{ième} position, on retrouve l'itinéraire Abattoirs et Centre - Wayez et en 10^{ième} position l'itinéraire Abattoirs et Chaussée de Ninove.

Ces résultats montrent que, bien que des relations existent entre les pôles, la plupart des chalands ne fréquentent exclusivement que certains pôles. Ce qui démontre que davantage de connexions entre les pôles permettraient d'augmenter la fréquentation de ceux-ci.

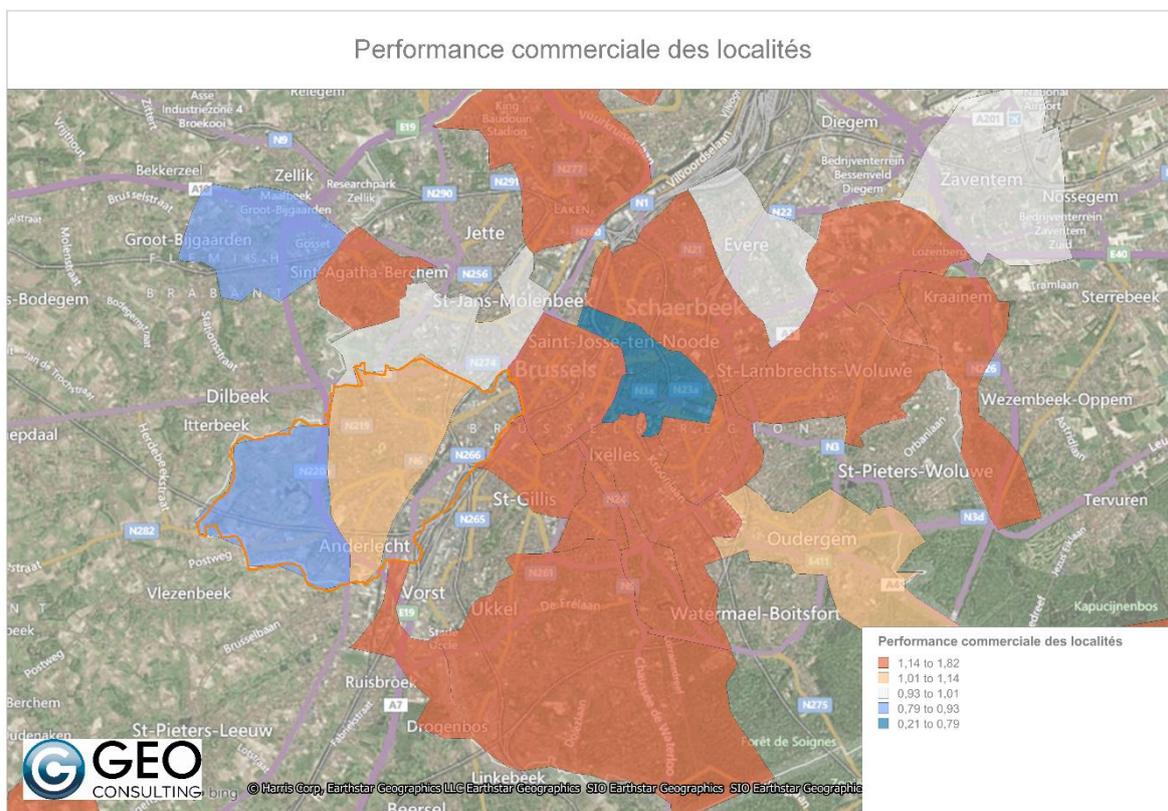
ID	Nombre de visiteurs	%	Zones visitées (sans ordre)
1	12729	33,5%	Westland
2	9603	25,2%	Abattoirs
3	5610	14,7%	Ninove
4	5486	14,4%	Centre - Wavez
5	2135	5,6%	Bizet
6	472	1,2%	Bizet,La Roue
7	322	0,8%	La Roue
8	320	0,8%	Centre - Wavez,Westland
9	284	0,7%	Abattoirs,Centre - Wavez
10	257	0,7%	Abattoirs,Ninove
11	154	0,4%	Bizet,Centre - Wavez
12	123	0,3%	Centre - Wavez,Ninove
13	123	0,3%	Ninove,Westland
14	79	0,2%	Abattoirs,Bizet
15	78	0,2%	Bizet,Westland
16	66	0,2%	Bizet,Ninove
17	46	0,1%	Centre - Wavez,La Roue
18	46	0,1%	Abattoirs,Westland
19	14	0,0%	La Roue,Ninove
20	14	0,0%	La Roue,Westland
21	12	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,La Roue
22	10	0,0%	Abattoirs,La Roue
23	9	0,0%	Bizet,La Roue,Ninove
24	8	0,0%	Abattoirs,Bizet,Centre - Wavez
25	7	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,Ninove
26	7	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,Westland
27	6	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,Westland
28	6	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,Ninove
29	3	0,0%	Abattoirs,Bizet,La Roue
30	2	0,0%	Abattoirs,Bizet,Ninove
31	2	0,0%	Bizet,La Roue,Westland
32	1	0,0%	Centre - Wavez,La Roue,Ninove
33	1	0,0%	Abattoirs,Ninove,Westland
34	1	0,0%	Centre - Wavez,La Roue,Westland
35	1	0,0%	Bizet,Ninove,Westland
36	1	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,La Roue
37	1	0,0%	Centre - Wavez,Ninove,Westland
38	1	0,0%	Abattoirs,Bizet,Westland

Parcours idéal selon la répartition des flux sans ordre entre les bornes du périmètre analysé.

4. Indicateurs de performance des pôles commerciaux

a) Performance des enseignes par rapport au réseau belge

En comparant la performance économique de plusieurs grandes enseignes commerciales implantées dans la commune d'Anderlecht¹², il apparaît, qu'à l'Est de la commune ces enseignes ont tendance à légèrement surperformer par rapport à la moyenne du réseau belge. Alors qu'à l'Ouest, elles ont tendance à sous-performer. Ceci s'explique en partie par les densités de population.



¹² Sept enseignes ont été comparées

b) Environnement concurrentiel

Sur base de l'analyse du réseau des enseignes et sur les résultats des enquêtes¹³, cinq pôles ont été définis comme concurrents réels.

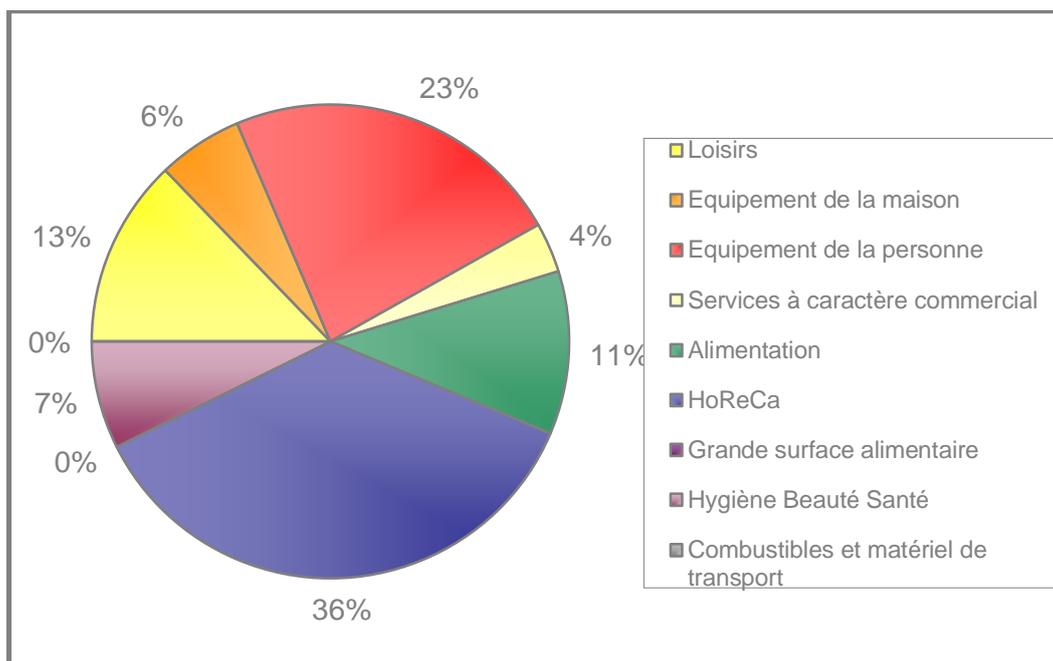
- Bruxelles : Le centre-ville, rue Neuve, City 2 – 70% d'évasion commerciale
- Ixelles : Toison d'Or, Avenue Louise, Boulevard Waterloo – 22,5% d'évasion commerciale
- Saint-Gilles : Parvis, Châtelain, Louise – 8,7% d'évasion commerciale

D'autres pôles commerciaux entrent également en concurrence avec l'équipement commercial Anderlechtois, tels qu'Anvers, Jette, le Woluwe Shopping, etc., mais sont moins représentatifs en raison de leur localisation géographique et/ou de leur offre commerciale.

Ci-dessous, une fiche récapitulative s'intéresse au centre-ville de Bruxelles, principal concurrent. 70% des personnes interrogées fréquentent le centre-ville de Bruxelles pour y réaliser des achats. Il est important de garder à l'esprit que l'attractivité du centre-ville est amenée à augmenter avec la mise en place du piétonnier et l'arrivée potentielle de nouvelles enseignes.

¹³ Les enquêtes seront présentées dans la suite du rapport.

1) Bruxelles centre-ville



Nombres de cellules commerciales: 1.710

Taux de vacance commerciale: 9,9%

Indicateur d'équipement de la personne: 23 %

Enseignes principales: Primark, H&M, Zara, Mango, Esprit, Galeria Inno, Fnac, etc.



B. Clients

Le chapitre précédent s'est essentiellement intéressé à l'offre actuelle et aux potentialités de développement commercial, mais qu'en est-il des besoins et attentes de la population ?

Pour répondre à cette question, diverses enquêtes ont été réalisées.

Au total, 420 enquêtes ont été réalisées en face to face.

Après avoir analysé l'offre commerciale, ces informations permettent d'évaluer la demande. Les principaux résultats sont présentés dans les pages suivantes. Vous trouverez cependant l'entièreté des résultats en annexes.

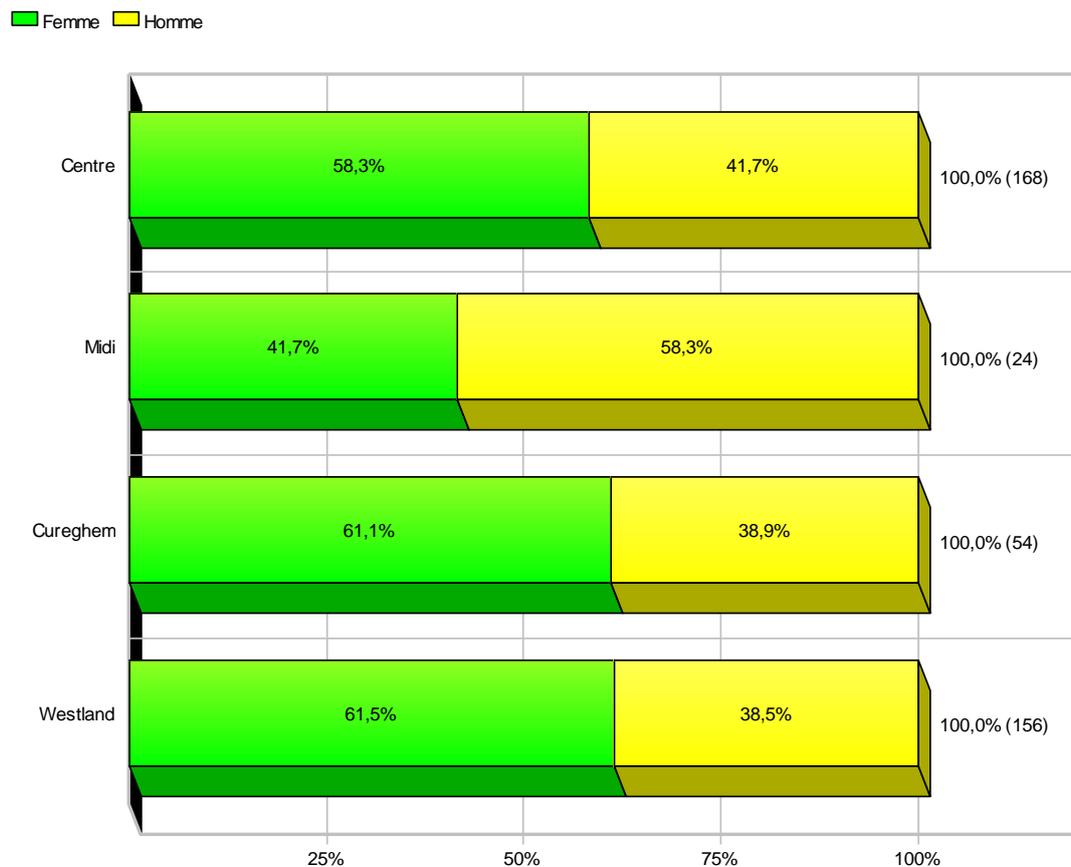
1. Analyse des enquêtes Face to Face :

Les enquêtes se sont déroulées fin mars 2015 durant 7 jours auprès de 492 chalands fréquentant différents pôles d'Anderlecht : Centre – Wayez / Westland / Midi / Cureghem.

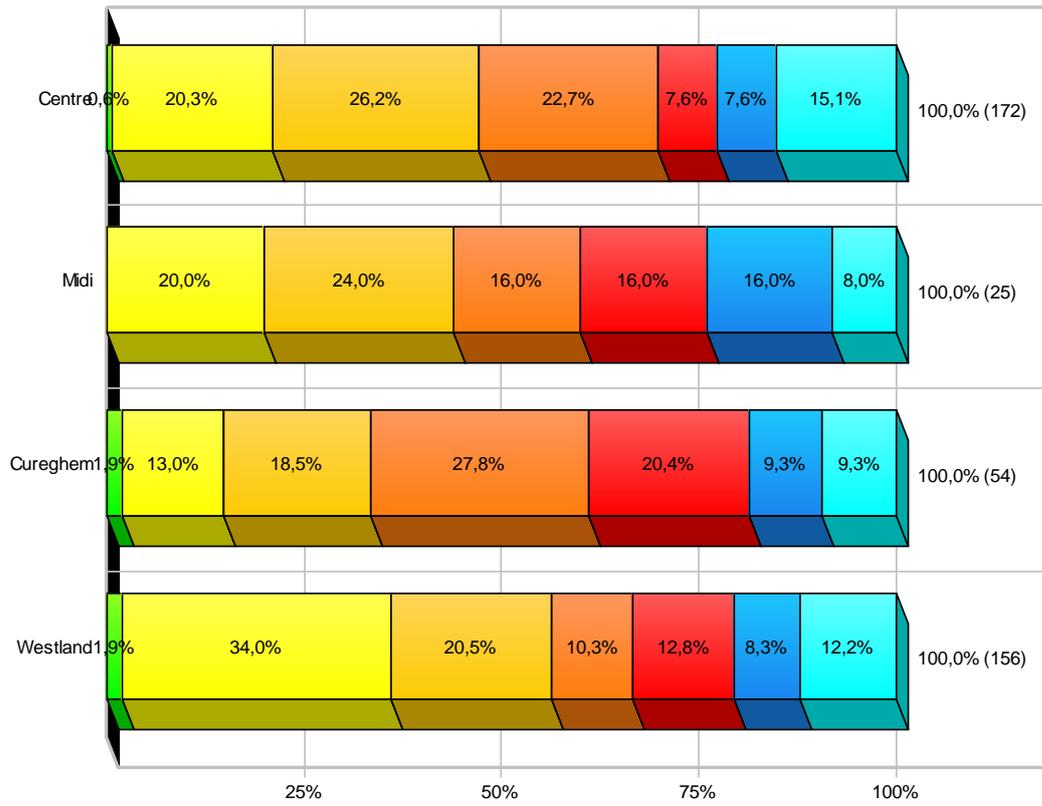
Profil des enquêtés

- Une légère surreprésentativité des femmes dans chaque pôle, sauf pour le pôle Midi.
- Davantage de jeunes dans le pôle Westland, et davantage de plus de 65 ans dans le pôle Wayez. Les 35-55 ans plus représentés à Cureghem.
- Plus de 70% des répondants fréquentant Wayez et Midi habitent Anderlecht. Le Westland possède une clientèle plus diversifiée (45% d'Anderlechtois). Le pôle Cureghem rassemble également une grande part de molenbeekoïses et de st-gilleoïses.

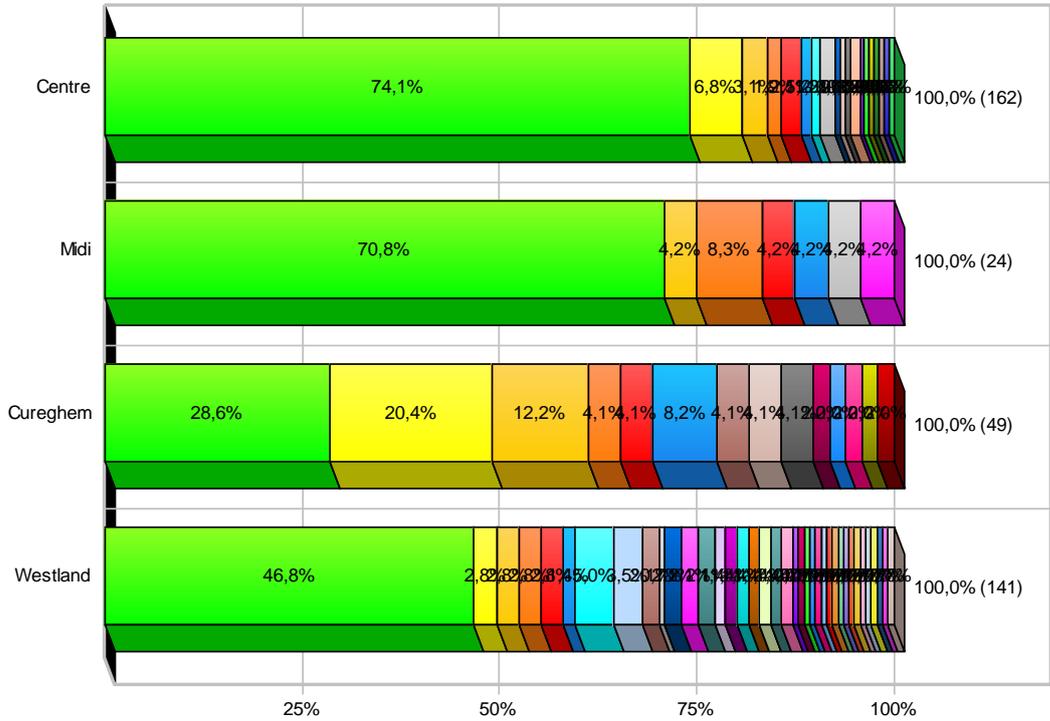
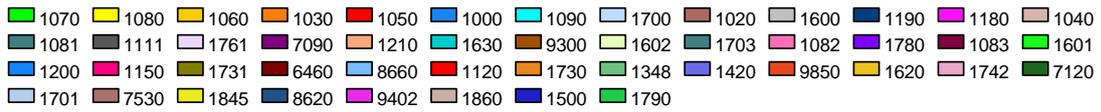
Sexe des enquêtés



Moins de 15 ans 15 à 24 ans 25 à 34 ans 35 à 44 ans 45 à 54 ans 55 à 64 ans 65 ans et plus



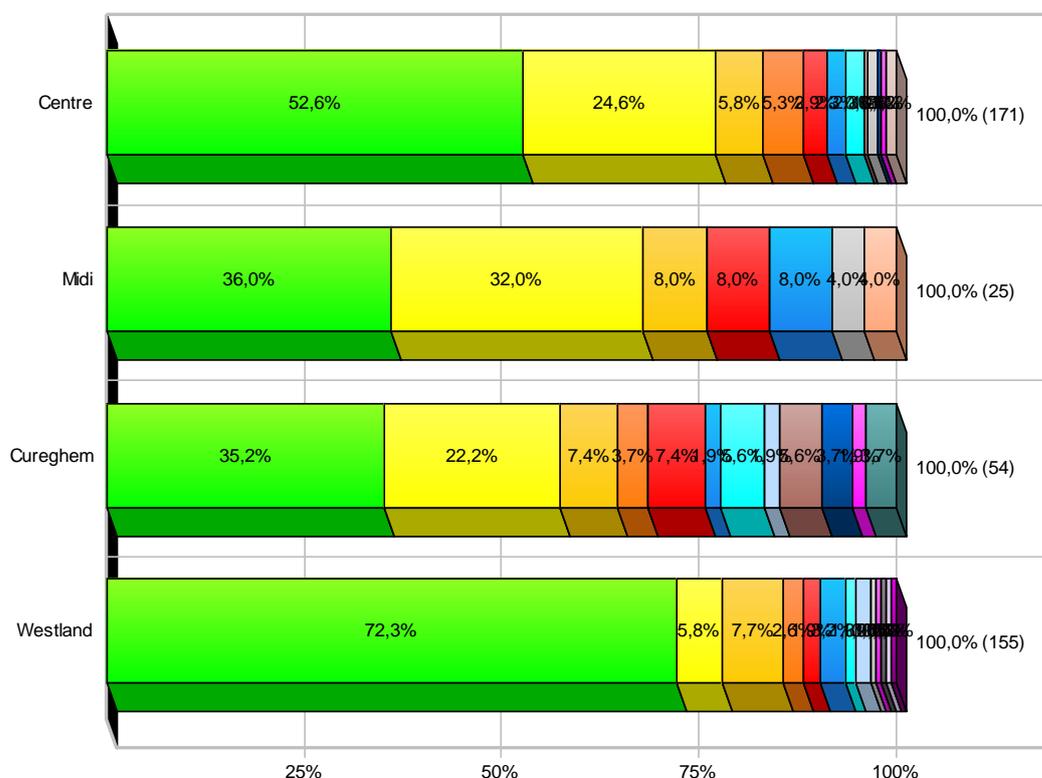
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?



Code postal enquêté

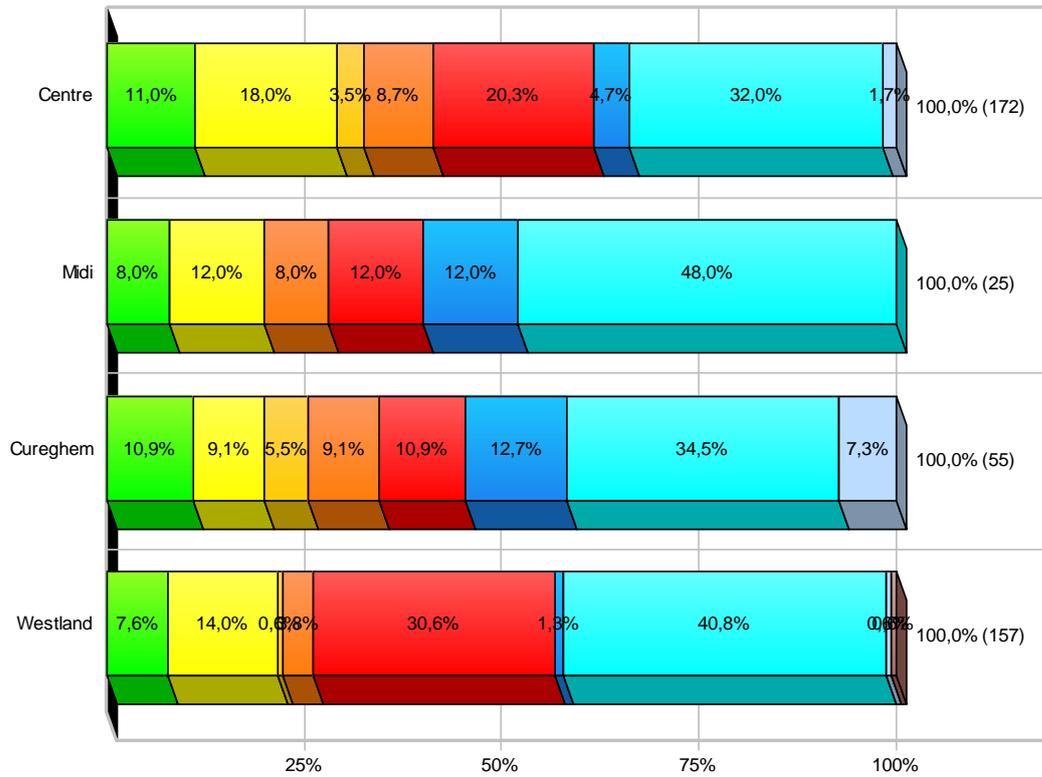
Langue maternelle

■ Français
 ■ Arabe
 ■ Néerlandais
 ■ Espagnol
 ■ Africain
 ■ Portugais
 ■ Italien
 ■ Albanais
 ■ Anglais
 ■ Roumain
■ Polonais
 ■ Grec
 ■ Allemand
 ■ Serbe
 ■ Russe
 ■ Luxembourgeois
 ■ Perse
 ■ Autres à préciser

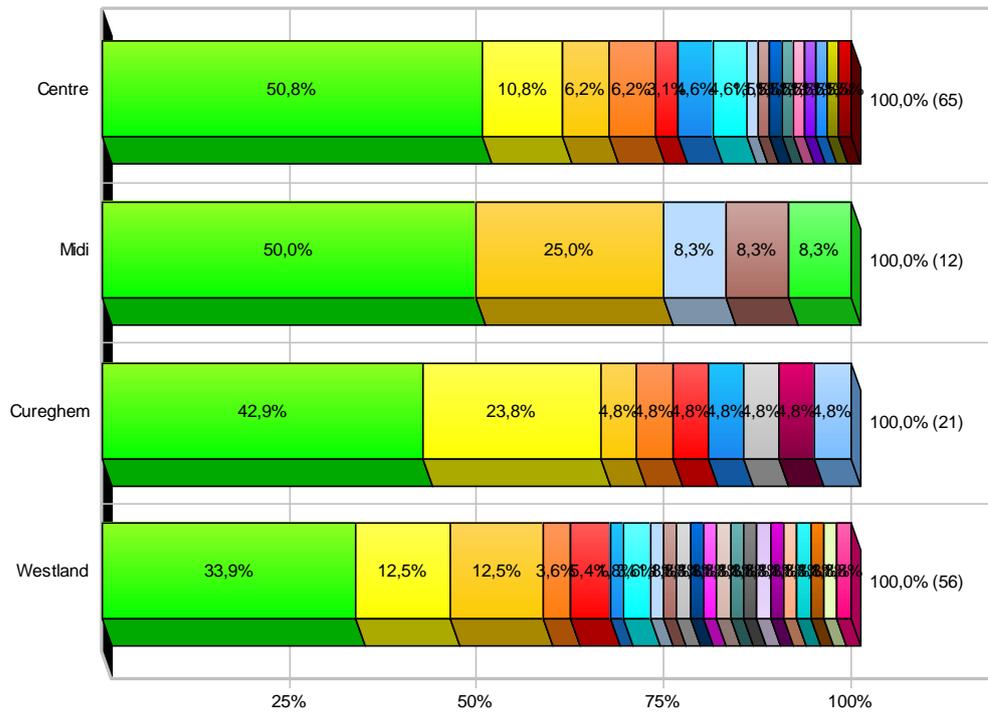


- Les pôles Centre – Wayez, Midi et Cureghem rassemblent une diversité linguistique importante, principalement de langue maternelle française et arabe. Le Westland rassemble essentiellement des francophones et dans une moindre mesure des néerlandophones.
- Les pôles rassemblant la majorité d'étudiants sont Centre - Wayez et le Westland. Les clients du Westland présentent des revenus relativement plus aisés que ceux des autres pôles analysés.

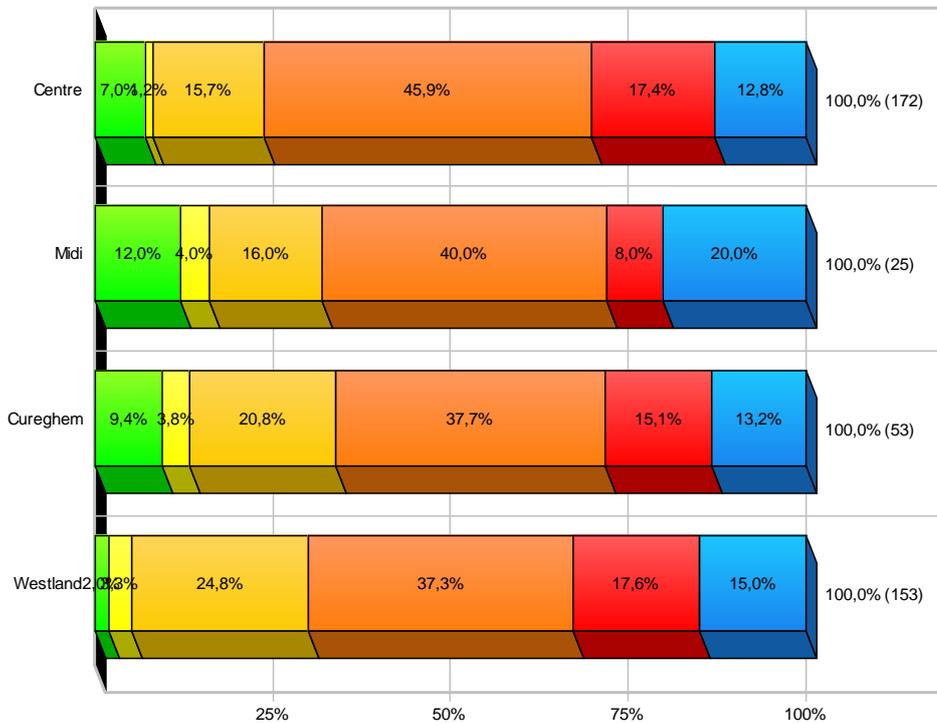
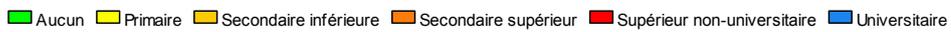
■ Demandeur d'emploi
 ■ Pensionné
 ■ Ouvrier
 ■ Homme-Femme au foyer
 ■ Etudiant
 ■ Indépendant
 ■ Employé
 ■ Autre
 ■ Cadre



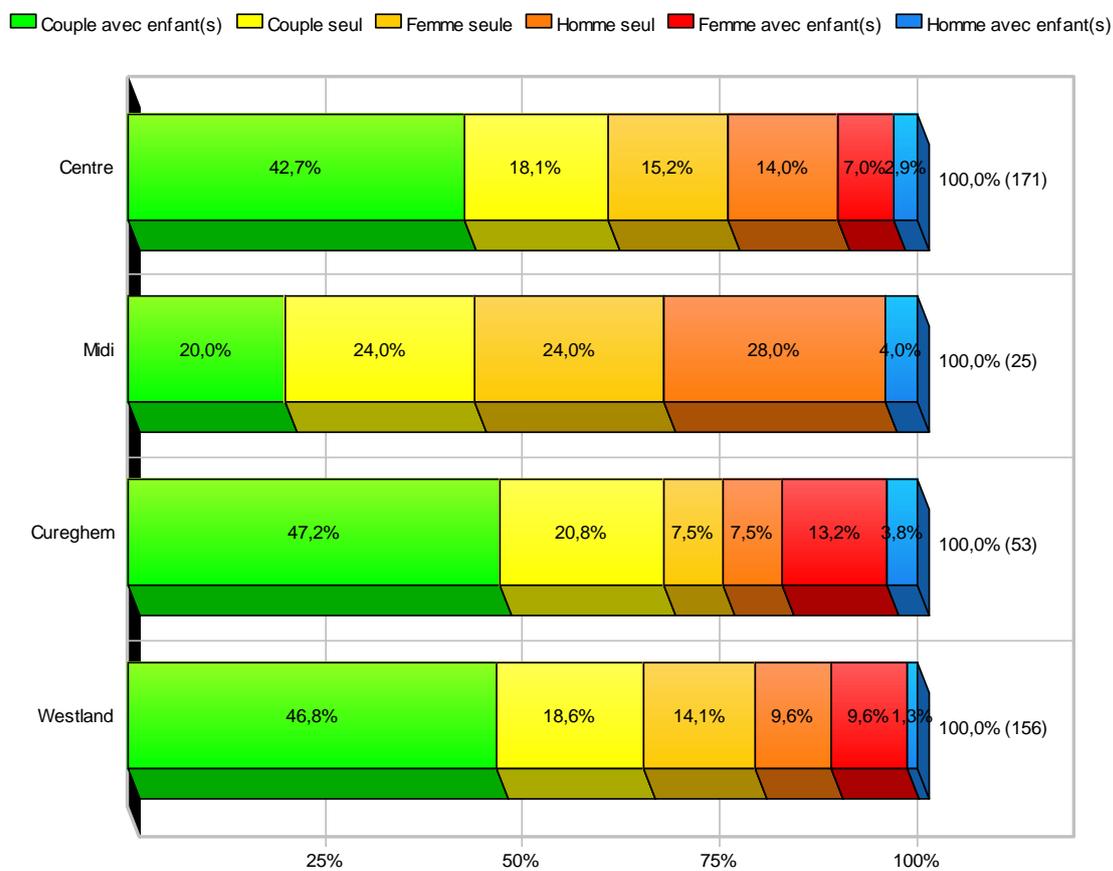
Quel est votre statut socioprofessionnel ?



Quel est le code postal de votre lieu de travail ?

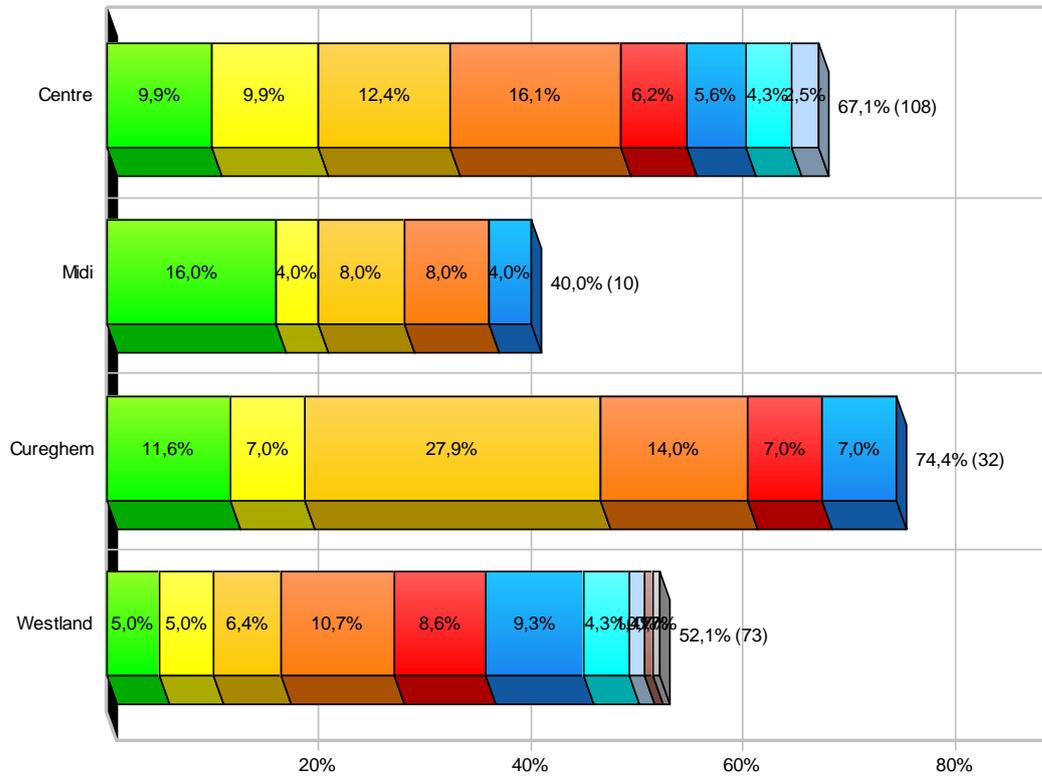


Quel est votre plus haut diplôme obtenu ?



Quelle est la composition de votre ménage ?

■ Moins de 900 €
 ■ Entre 900 et 1.199 €
 ■ Entre 1.200 et 1.499 €
 ■ Entre 1.500 et 1.899 €
 ■ Entre 1.900 et 2.399 €
 ■ Entre 2.400 et 2.999 €
 ■ Entre 3.000 et 3.899 €
 ■ Entre 3.900 et 4.499 €
 ■ Entre 4.500 et 5.999 €
 ■ Plus de 6.000 €

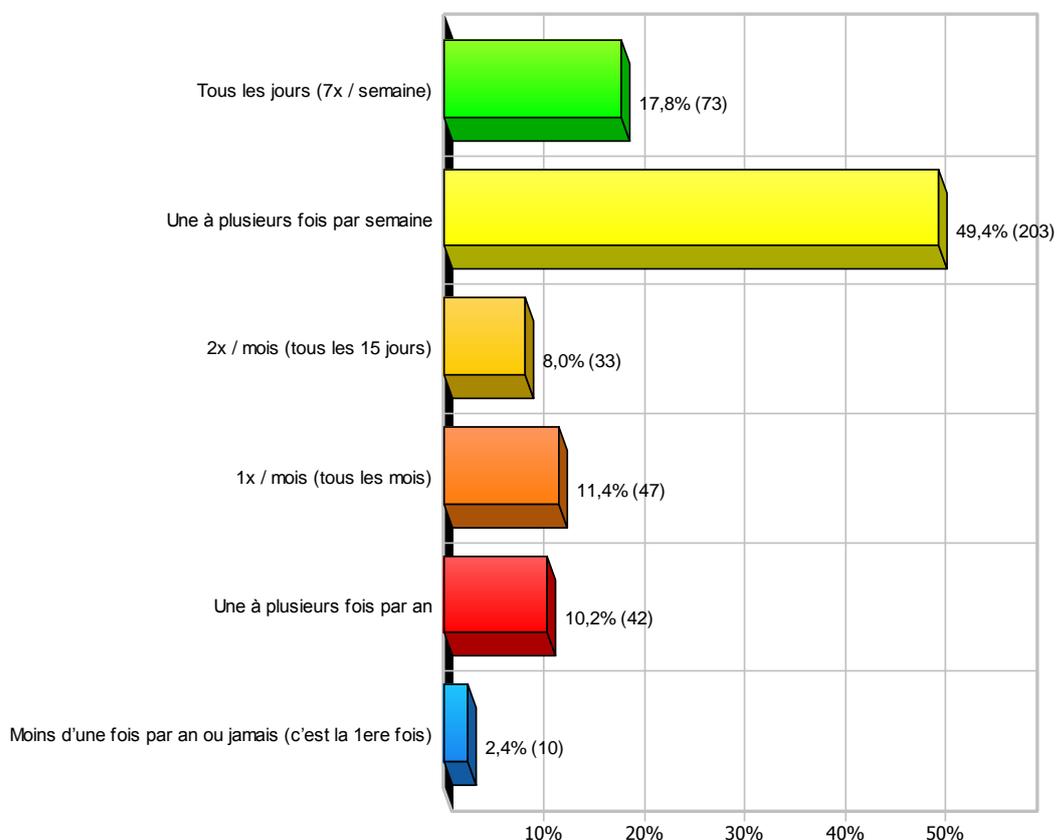


Quel est le revenu mensuel moyen de votre ménage ?
(52,6% répondants)

i. Comportements d'achats des chalands des pôles commerciaux d'Anderlecht.

a) *Fréquence de visite du pôle commercial.*

- La fréquence de visite des pôles commerciaux d'Anderlecht est assez importante, environ 50% des enquêtés fréquentent le pôle commercial à la fréquence de 1 à plusieurs fois par semaine et ce indépendamment du pôle commercial enquêté. La fréquence varie peu d'un pôle spécifique à l'autre.
- Environ 70% des répondants fréquentent un (ou des) pôle(s) commercial(ux) au moins une fois par semaine. Parmi ceux-ci, 17% des personnes enquêtées fréquentent un des pôles commerciaux tous les jours.
- Seulement 8% fréquentent le pôle commercial tous les 15 jours mais 11,4% avouent s'y rendre une fois par mois.
- Enfin 10,2% des enquêtés s'y rendent 1 à plusieurs fois par an.

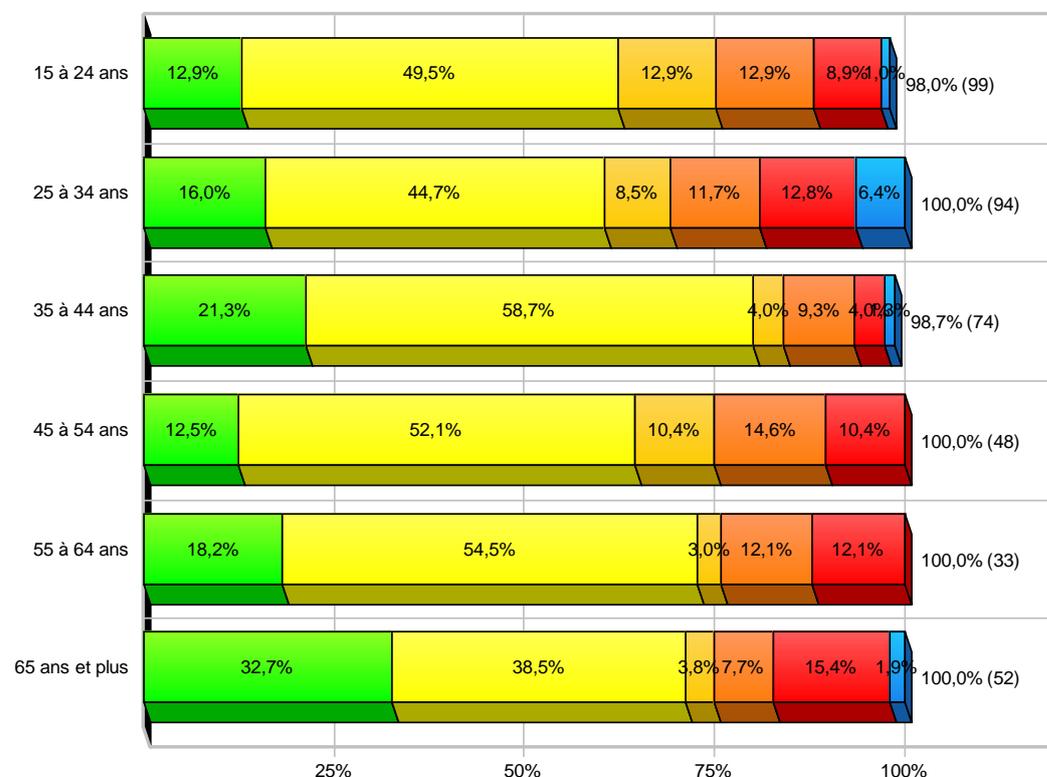


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? »

b) *Fréquence de visite des pôles commerciaux en fonction de l'âge des enquêtés.*

- 32,7% des personnes âgées de 65 ans et plus avouent fréquenter le pôle commercial tous les jours alors que seulement 12,9% des jeunes âgés de 15 à 24 ans s'y rendent tous les jours.
- 58,7% des personnes âgées de 35 à 44 ans s'y rendent une à plusieurs fois par semaine.
- D'une manière générale, la fréquentation des pôles commerciaux semble augmenter avec l'âge des répondants.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

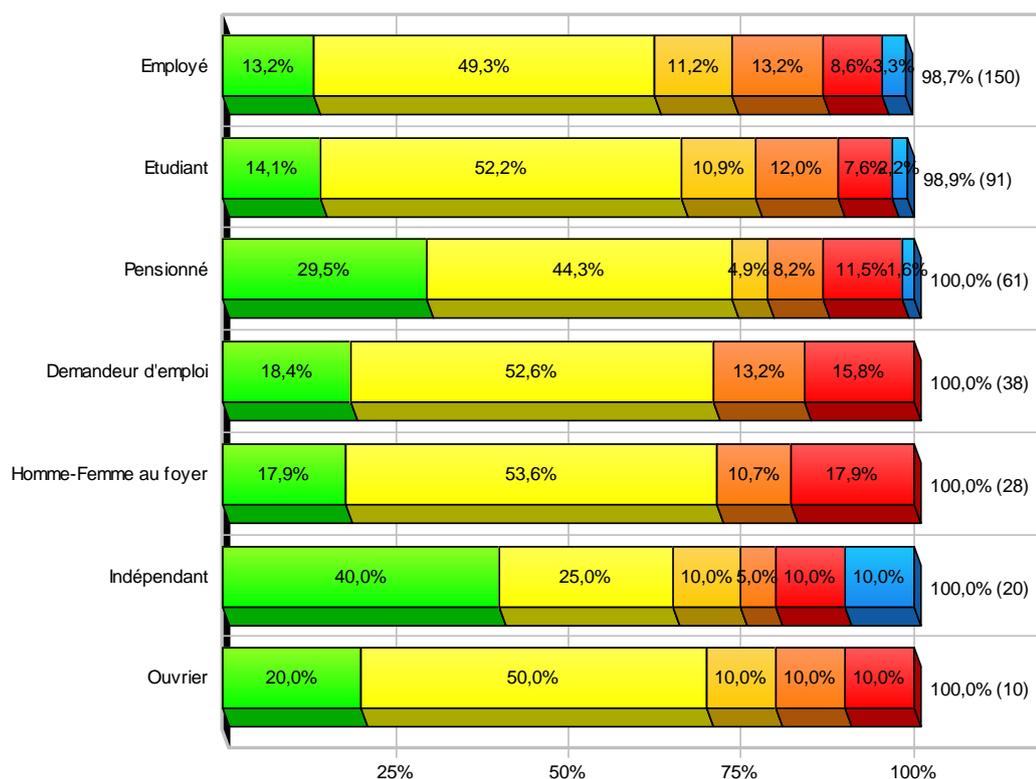


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? En fonction de l'âge »

c) *Fréquence de visite dans le pôle commercial en fonction du statut socioprofessionnel et du lieu de travail.*

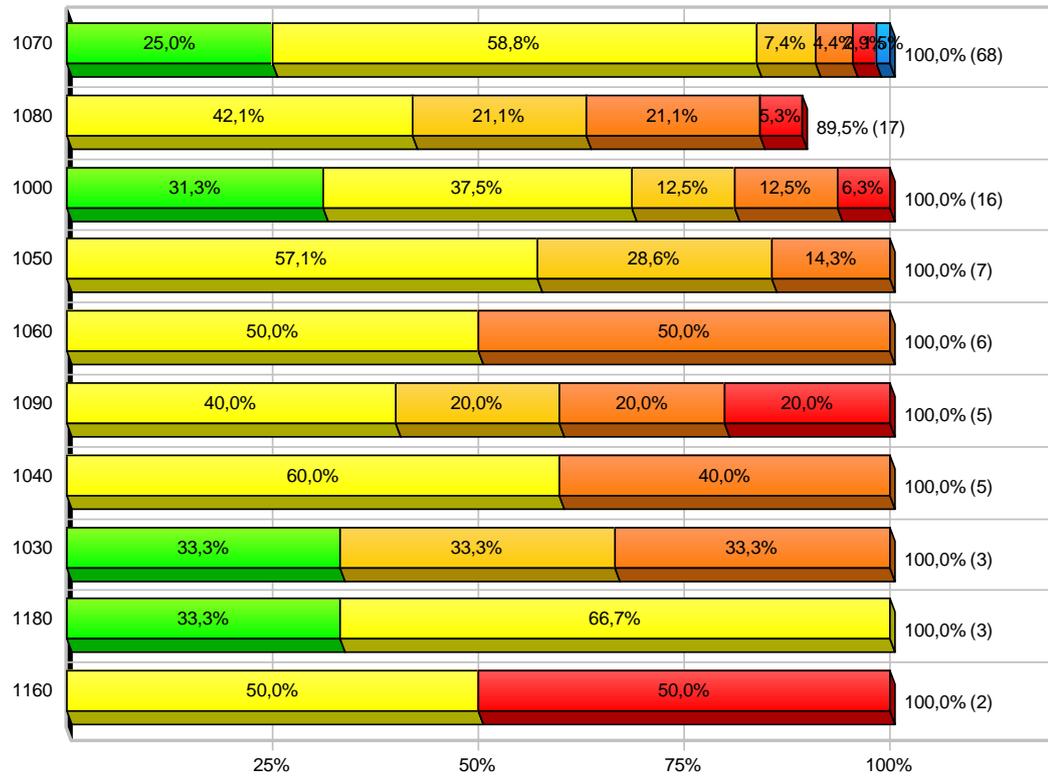
- Les pensionnés et les indépendants sont les groupes socioprofessionnels qui se rendent le plus quotidiennement dans un des pôles commerciaux avec respectivement 29,5% des pensionnés et 40 % des indépendants contre seulement 13,2% des employés.
- 25% des personnes travaillant à 1070 Anderlecht fréquentent le pôle commercial tous les jours, ainsi que 31,3% des personnes travaillant à 1000 Bruxelles.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial et quel est votre statut socioprofessionnel ? »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

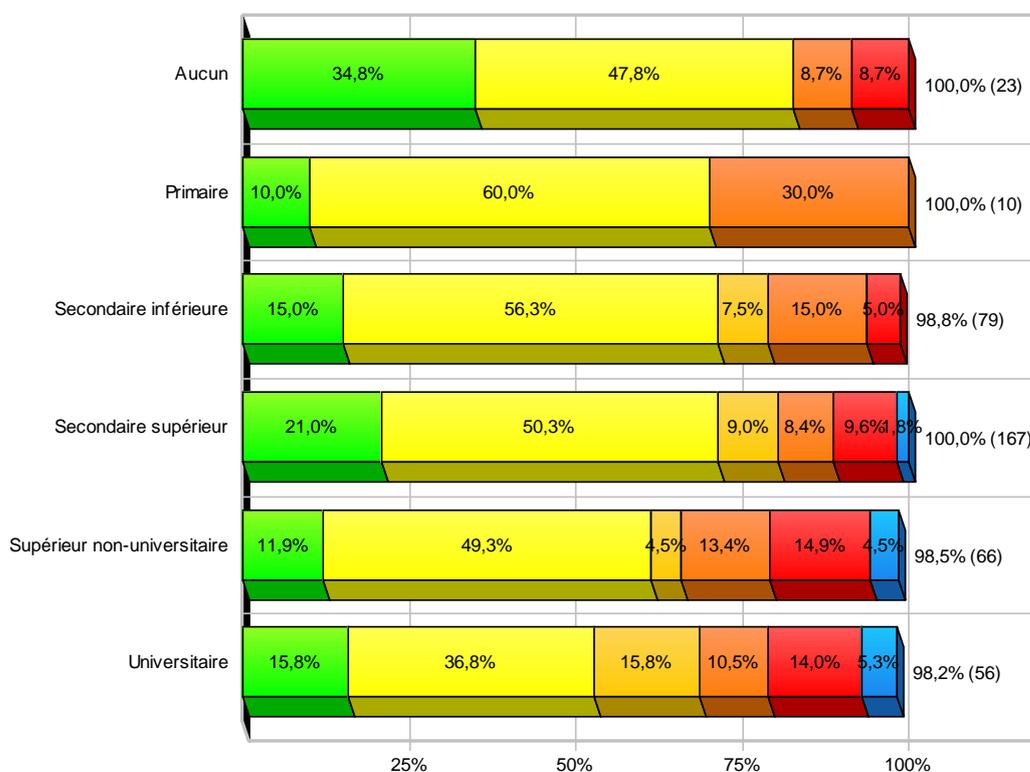


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? » En fonction du lieu de travail.

d) *Fréquence de visite des pôles commerciaux en fonction du niveau d'étude et des revenus mensuels des ménages.*

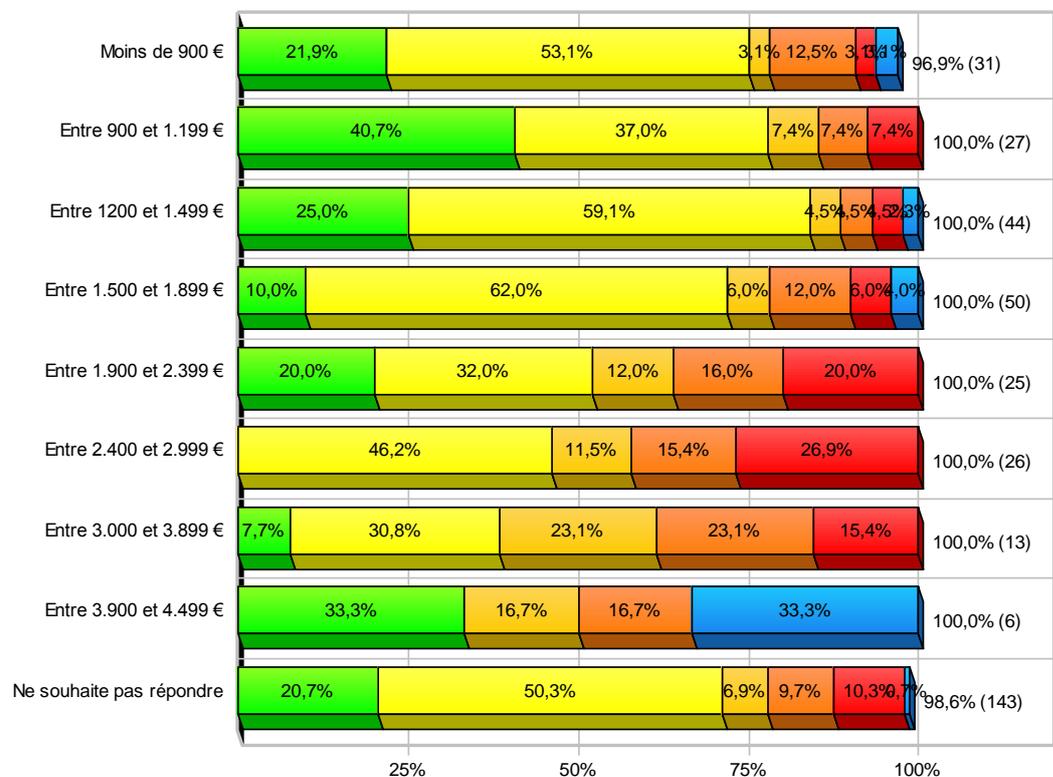
- 34,8% des personnes ne possédant pas de diplômes se rendent au pôle commercial quotidiennement contre 15% des universitaires. Mis à part cette différence la fréquentation du pôle commercial varie peu en fonction du niveau d'étude.
- La fréquentation du pôle commercial en fonction des revenus mensuels est plus parlante. 21,9% des enquêtés vivant avec un revenu mensuel inférieur à 900 euros se rendent quotidiennement dans un des pôles commerciaux et 40,7% des personnes vivant avec des revenus compris entre 900 et 1199 euros.
- A mesure que le revenu mensuel augmente, le taux de fréquentation quotidien semble diminuer. 10% des enquêtés vivant avec un revenu mensuel compris entre 1.500 et 1.899 euros fréquente le pôle commercial tous les jours. Pour arriver à 0% des enquêtés qui vivent avec entre 2.400 et 2.999 euros par mois. La majeure partie de ces gens fréquentent néanmoins le pôle commercial une à plusieurs fois par semaine (62% pour les 1.500→1.899 euros et 46,2% pour les 2.400 → 2.999 euros).

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction du plus haut diplôme obtenu par l'enquêté.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

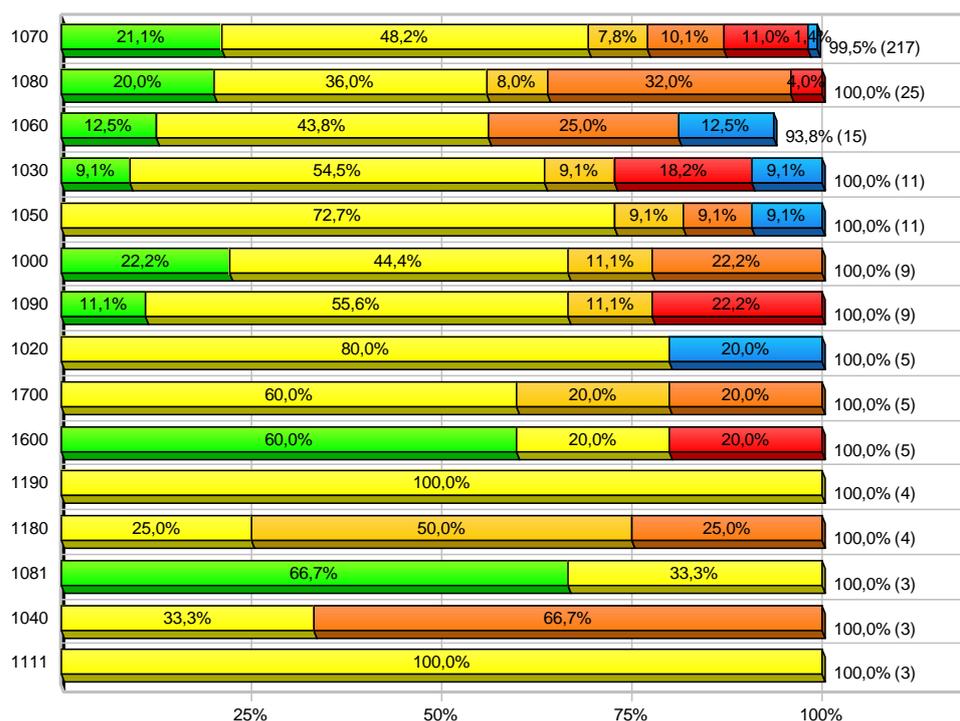


Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction des revenus mensuels.

e) *Fréquence d'achats au sein du pôle commercial selon le lieu de résidence.*

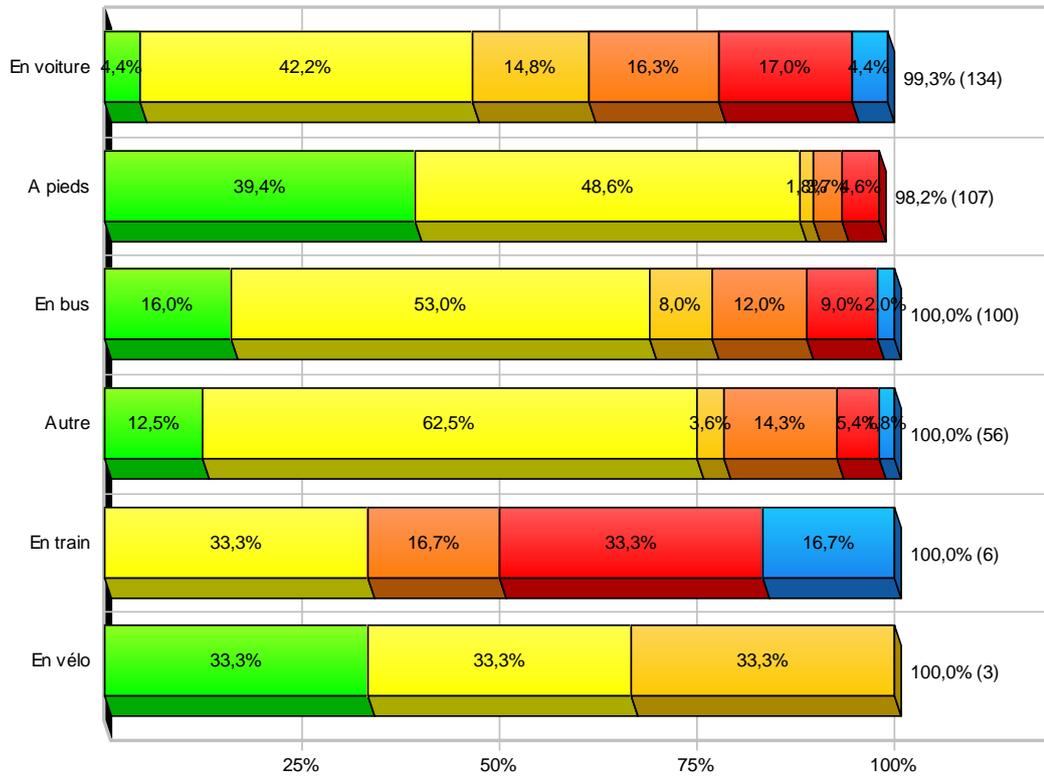
- On remarque tout d'abord que la majeure partie des enquêtés vivent dans la commune du pôle commercial à savoir 1070 Anderlecht et que 21% des enquêtés vivant à Anderlecht se rendent aux pôles commercial tous les jours.
- On remarque que peu des personnes interrogées dans les pôles anderlechtois habitent en dehors de la commune ce qui renforce l'idée que ces pôles possèdent avant tout une attractivité locale. Les habitants des communes limitrophes à Anderlecht ont davantage tendance à se rendre tous les jours dans un des pôles commerciaux. 20% pour Molenbeek, 22% pour Bruxelles centre, et 12% pour la commune de Saint-Gilles.
- La majeure partie des chalands qui fréquentent le pôle commercial tous les jours s'y rendent à pied, ce qui appuie la théorie d'une attractivité locale.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



*« A quelle fréquence effectuez-vous des achats dans le pôle commercial ? »
selon la commune de résidence*

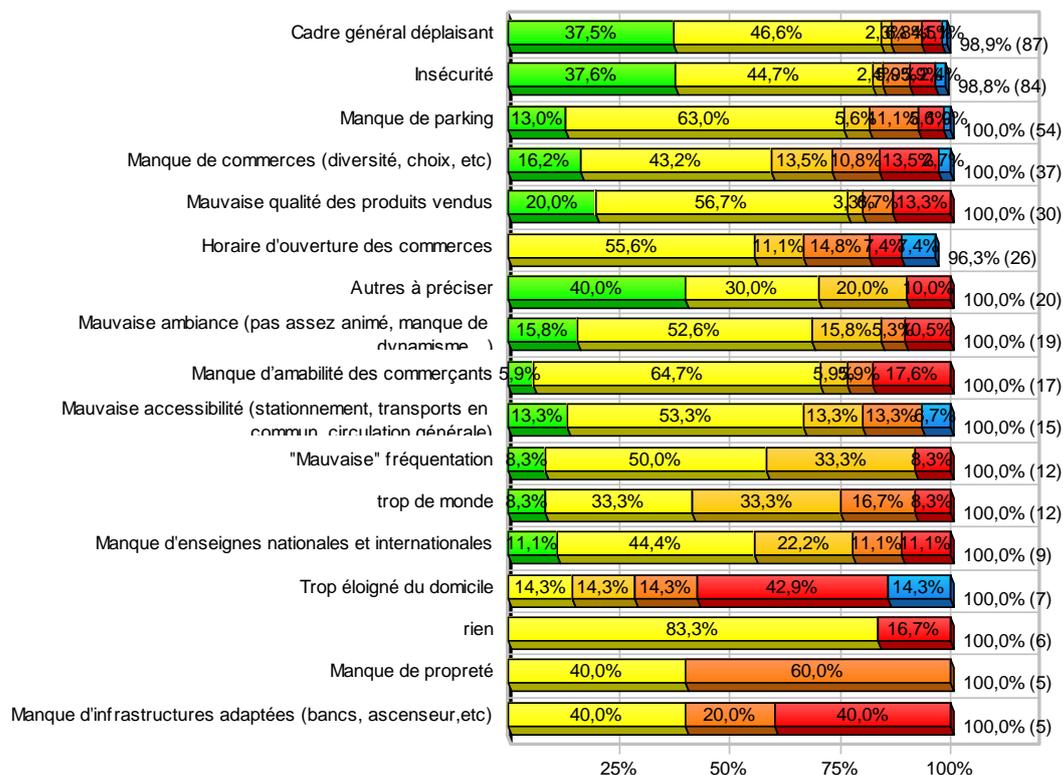
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence effectuez-vous des achats dans un des pôles commerciaux et par quel moyen de transport vous y rendez-vous ? »

- L'insécurité et le cadre général déplaisant sont les principales sources d'insatisfaction chez les personnes fréquentant régulièrement les pôles enquêtés.

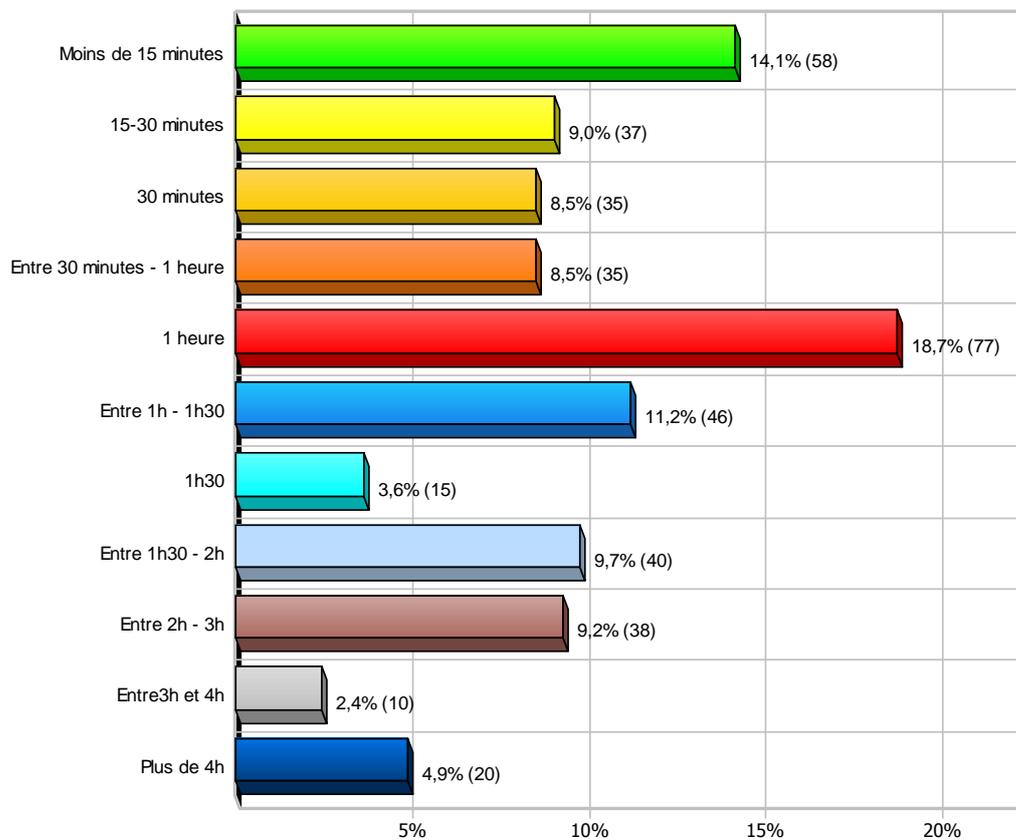
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« *Quels sont les points faibles du pôle commercial selon vous ? En fonction de la fréquentation.* »

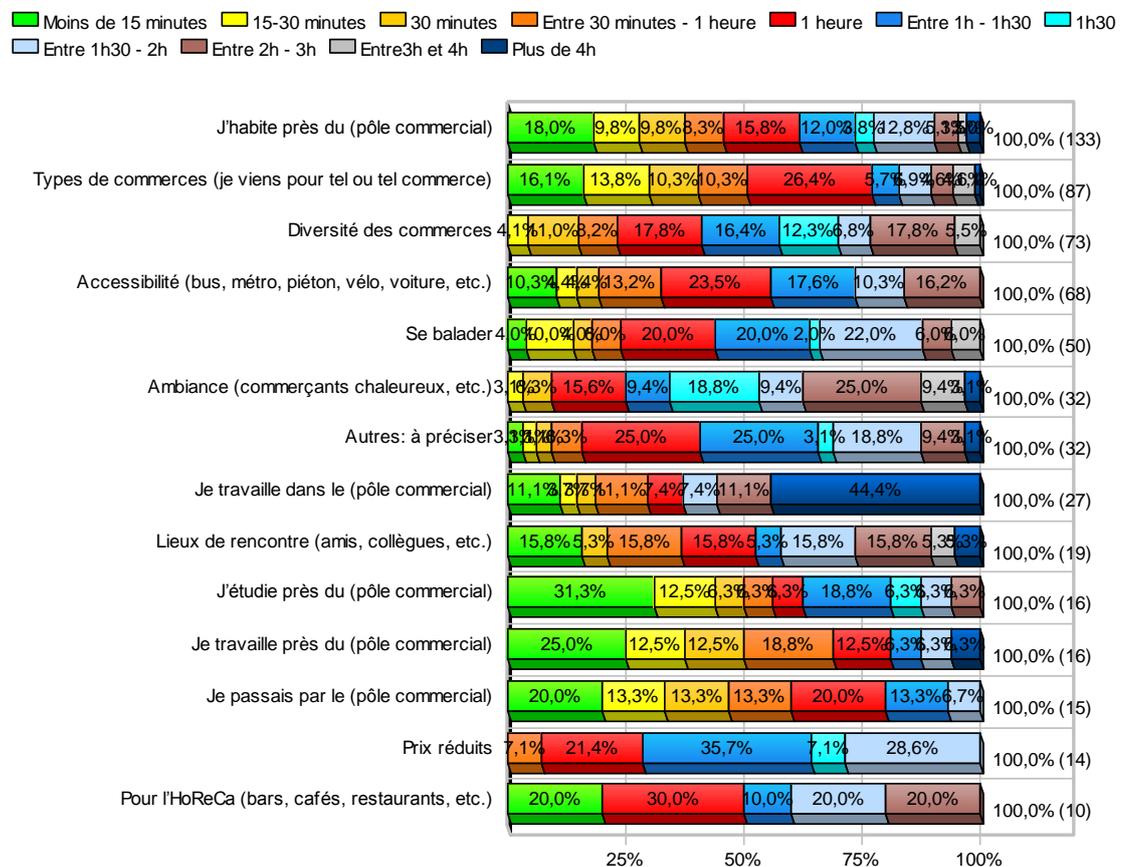
f) Temps passé dans les pôles commerciaux.

- La majeure partie des personnes interrogées (environ 20%) avouent passer une heure dans un des pôles commerciaux. 14,1% des enquêtés déclarent y passer moins de 15 minutes en prenant en comptes tous les pôles commerciaux confondus.
- Environ 40% des répondants restent moins d'une heure dans les pôles commerciaux Anderlechtois et 50% des chalands passent entre de 1 à 3 heures dans les pôles commerciaux



Temps passé dans les pôles commerciaux (tous pôles confondus)

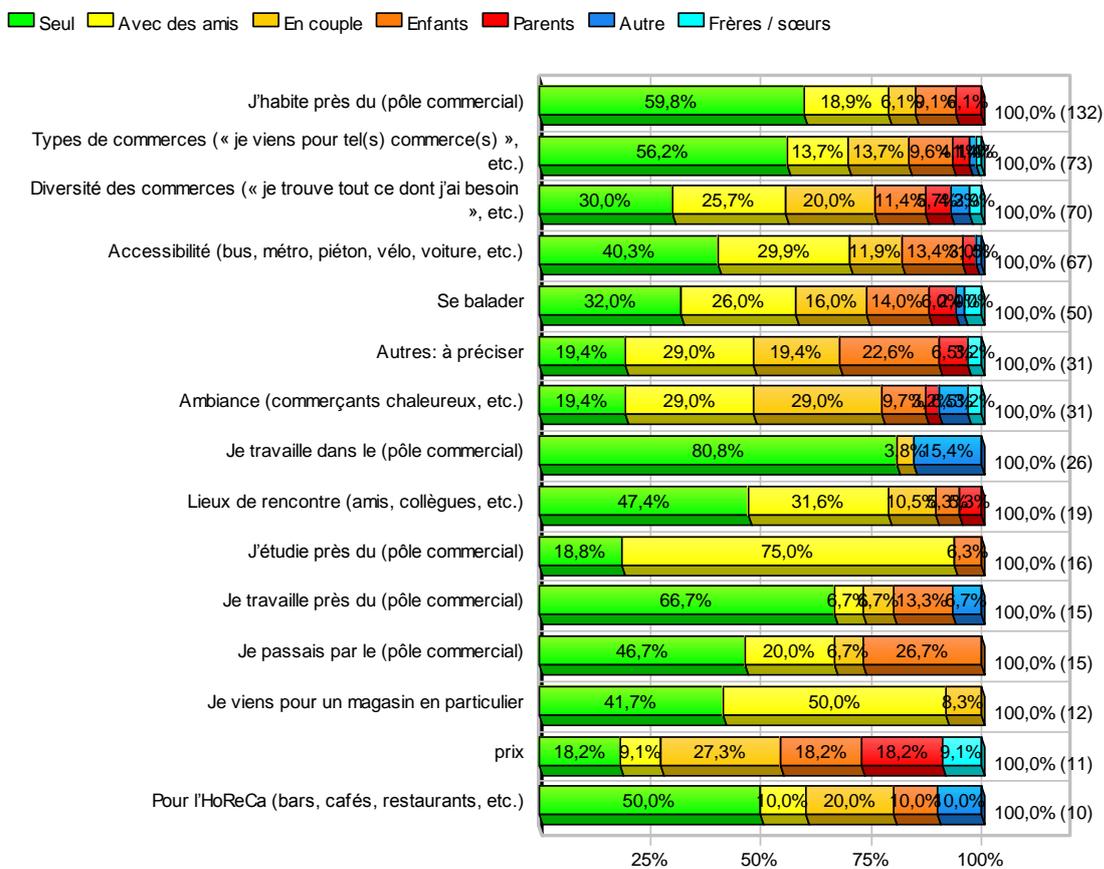
- Le temps passé dans le pôle commercial en fonction de la raison de la venue est assez représentatif. On constate que les enquêtés qui vivent, travaillent ou étudient à proximité du pôle commercial ciblé y passent moins de temps. Respectivement 18%, 25% et 31% des répondants y passent moins de 15 minutes.
- Les enquêtés qui passent plus d'une heure dans un des pôles commerciaux le font principalement pour l'ambiance chaleureuse du site ou pour se balader. 22% des enquêtés qui viennent pour se balader restent entre une heure trente et deux heures. 25% des personnes qui se rendent au pôle commercial pour l'ambiance y restent plus de 2 heures.
- Enfin les gens qui y restent plus de 4 heures le font pour des raisons de travail à l'intérieur du pôle commercial ciblé.



« Pour quelles raisons venez-vous dans l'un des pôles commerciaux et combien de temps y restez-vous ? »

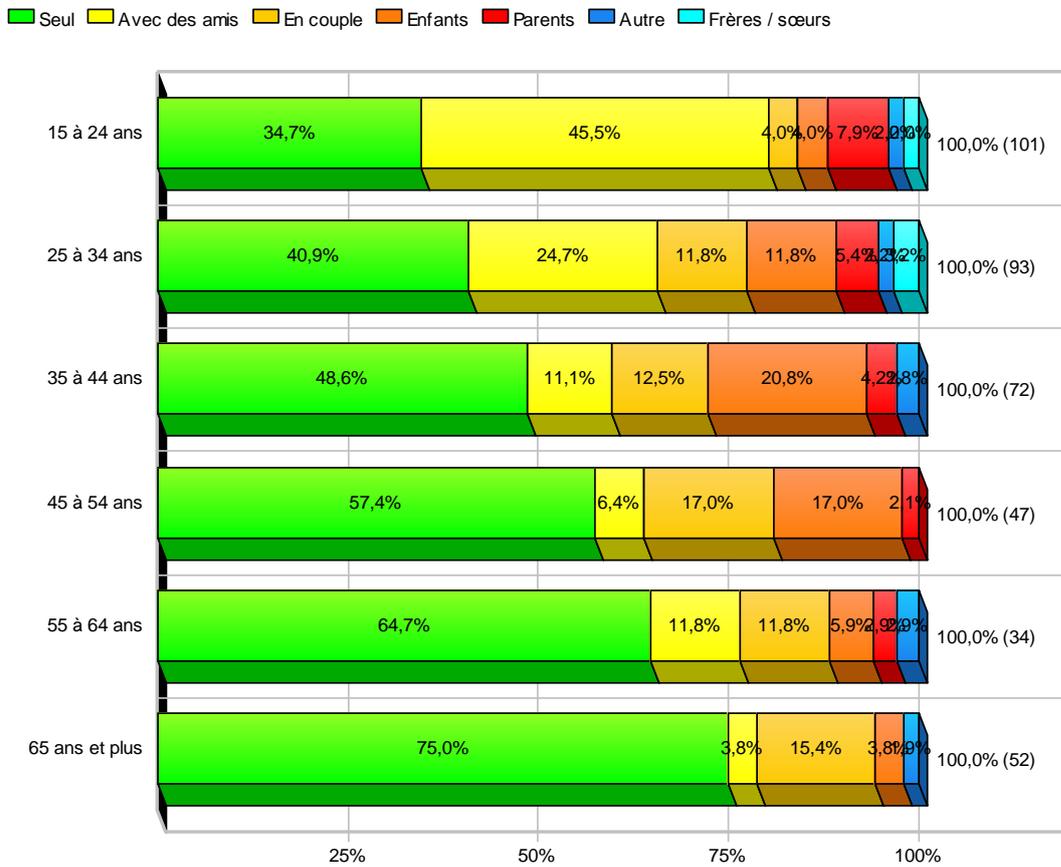
g) *Accompagnement des répondants*

- Raisons de la venue dans un des pôles commerciaux en fonction du type d'accompagnement.
- On remarque que les gens qui travaillent ou vivent à proximité d'un pôle commercial auront une plus grande tendance à venir seuls. Respectivement 66,7% et 59,8%.
- Les étudiants quant à eux ont une plus grande tendance à venir accompagnés d'un groupe d'amis (75%).



« Pour quelles raisons venez-vous dans un pôle commercial et y allez-vous seul ou accompagné ? »

- On remarque que plus l'âge des enquêtés augmente plus ils ont tendance à se rendre seuls dans un des pôles commerciaux.
- 45 % des 15-24 ans s'y rendent entre amis et 75 % des 65 ans et plus s'y rendent seuls.



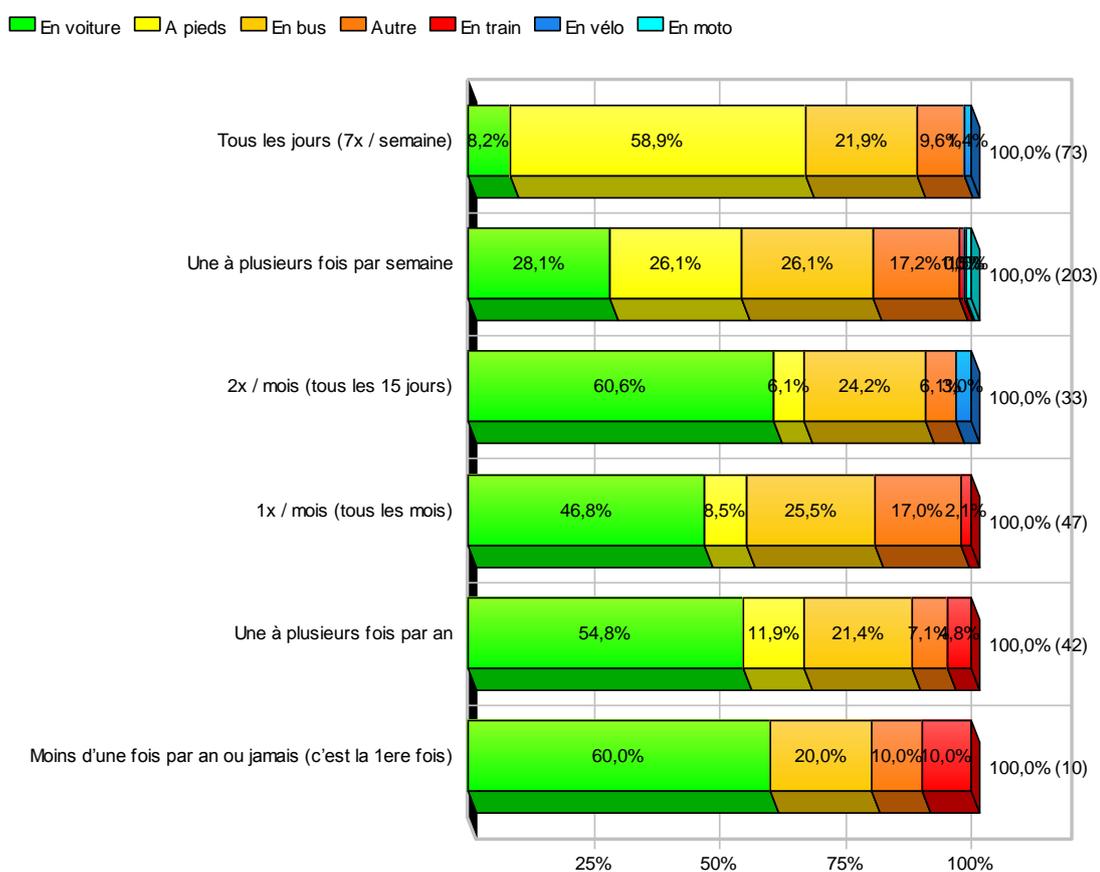
« Vous rendez-vous dans le pôle commercial seul ou accompagné ? selon l'âge »

h) Moyens de locomotion

- La majeure partie des personnes se rendant quotidiennement dans les pôles commerciaux ciblés le font à pied (58.9%) ce qui renforce encore l'idée d'une attractivité locale.

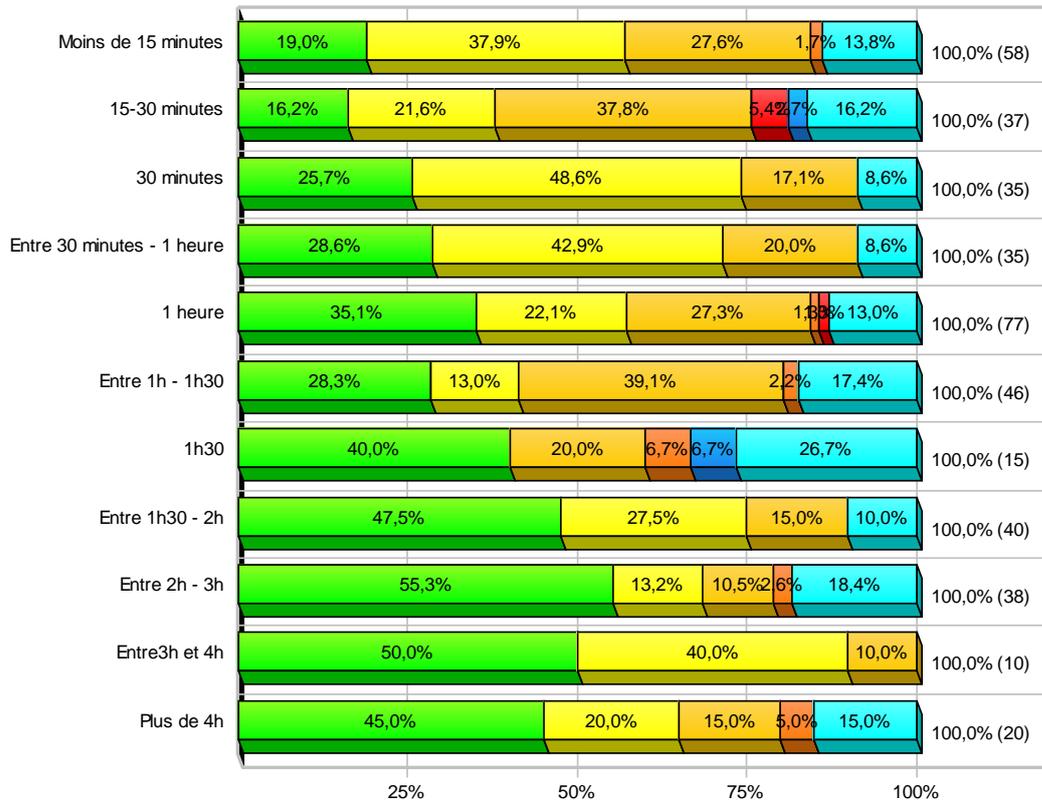
On remarque que plus la fréquence de visite des pôles diminue plus l'utilisation de la voiture est importante.

- On remarque aussi que les gens qui se rendent dans un des pôles commerciaux en voiture ont tendance à rester plus longtemps que ceux qui viennent à pied ou en transports en commun.



« *Quel moyen de locomotion avez-vous utilisé pour vous rendre dans l'un des pôles commerciaux et quelle est votre fréquence de visite de celui-ci ?* »

■ En voiture
 ■ A pieds
 ■ En bus
 ■ En train
 ■ En vélo
 ■ En moto
 ■ Autre



« Par quel moyen de transport vous êtes-vous rendu au pôle commercial et combien de temps y êtes-vous resté ? »

i) La satisfaction globale des personnes sondées

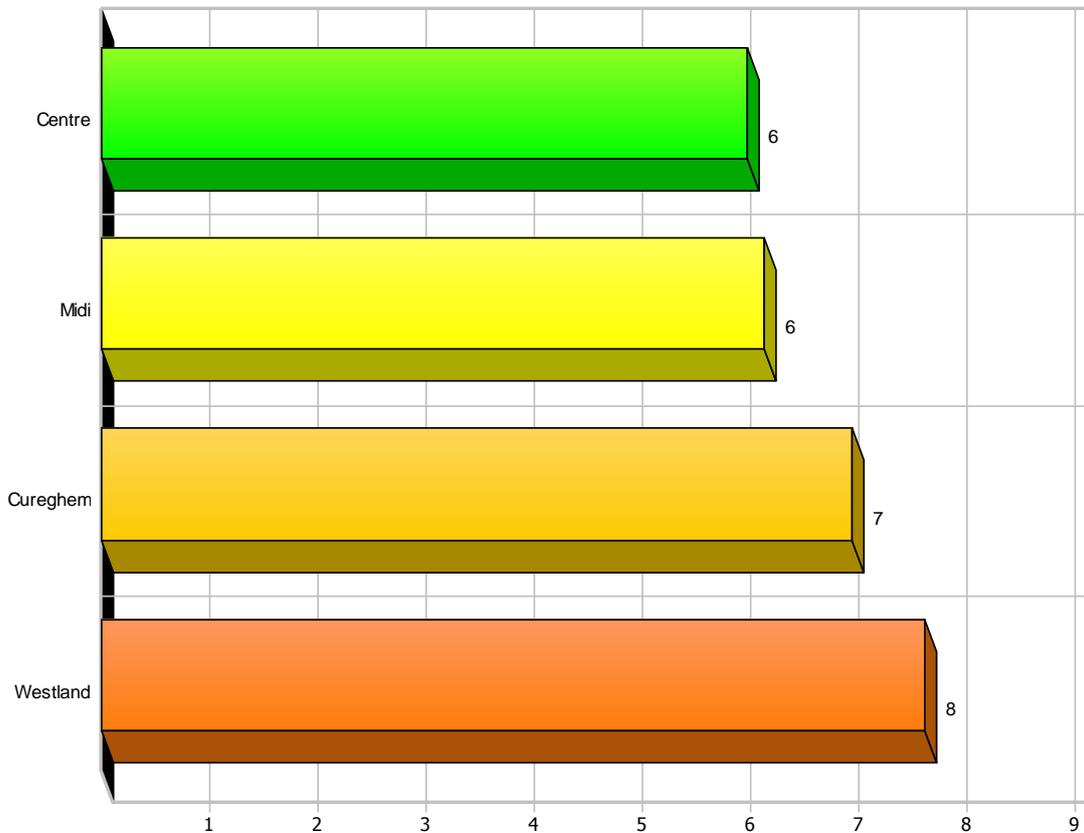
C'est le pôle Centre - Wayez qui comptabilise la note de satisfaction globale la plus basse (6/10), et le pôle Westland la plus élevée (8/10).

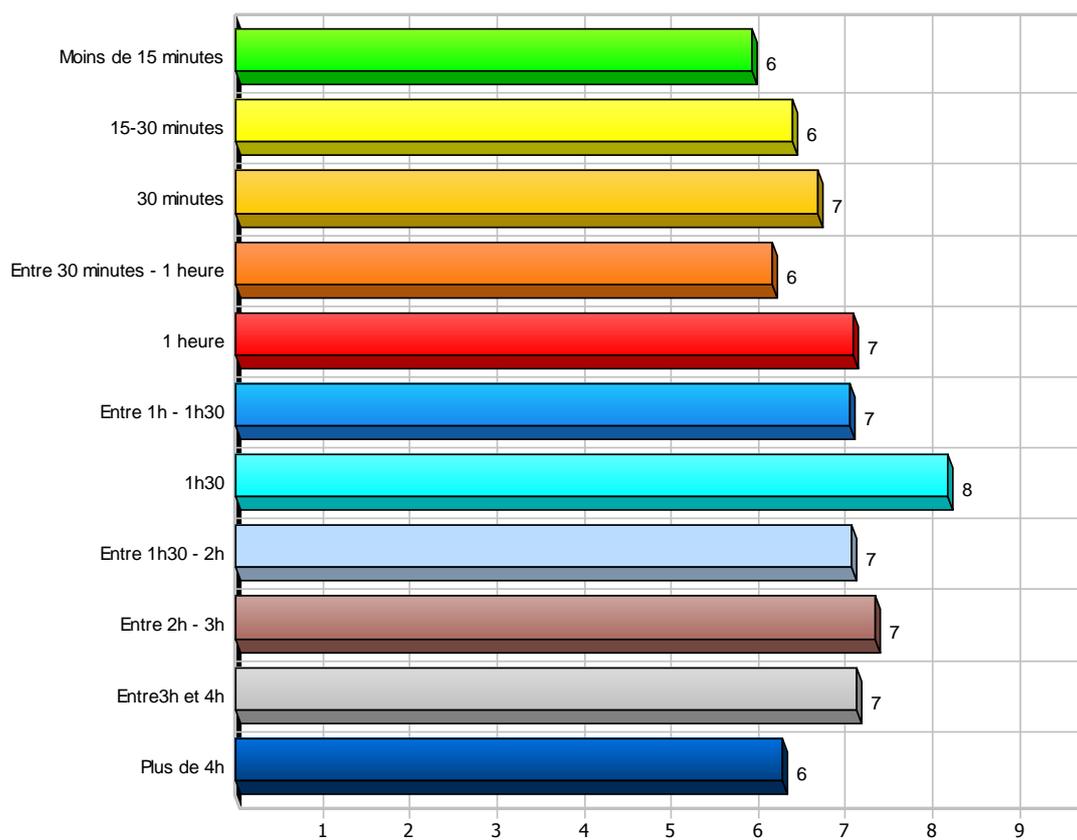
Il apparaît que la satisfaction globale (calculée sur une échelle de 1 à 10) ne varie que très peu en fonction de l'âge des personnes interrogées ou de leur situation socioprofessionnelle.

En revanche, les personnes qui restent plus longtemps dans un des pôles commerciaux semblent avoir un taux de satisfaction global plus élevé que ceux qui y passent moins de temps (jusqu'à un maximum de 8/10 pour les personnes restant une heure et demie).

Les gens qui y passent moins de 15 minutes comme les gens qui y passent plus de 4 heures (pour des raisons de travail comme nous l'avons vu plus haut) déclarent un taux de satisfaction assez bas (6/10).

« Note globale de satisfaction pour les pôles enquêtés »

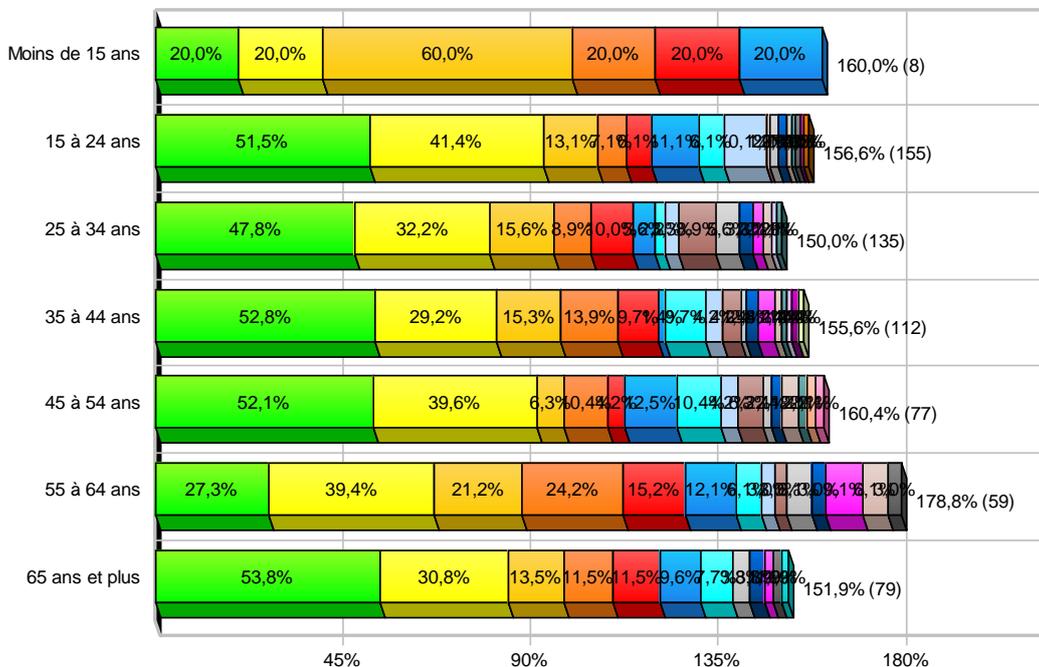
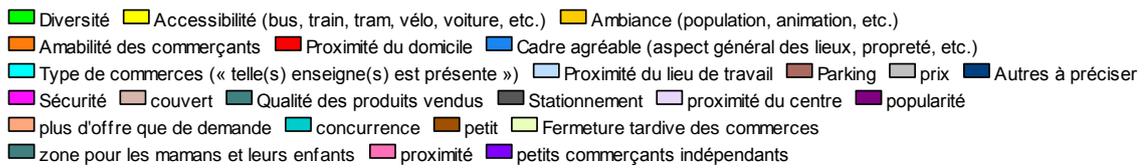




« Taux de satisfaction global du pôle commercial ciblé en fonction du temps passé dans celui-ci »

j) *Les points forts des pôles commerciaux.*

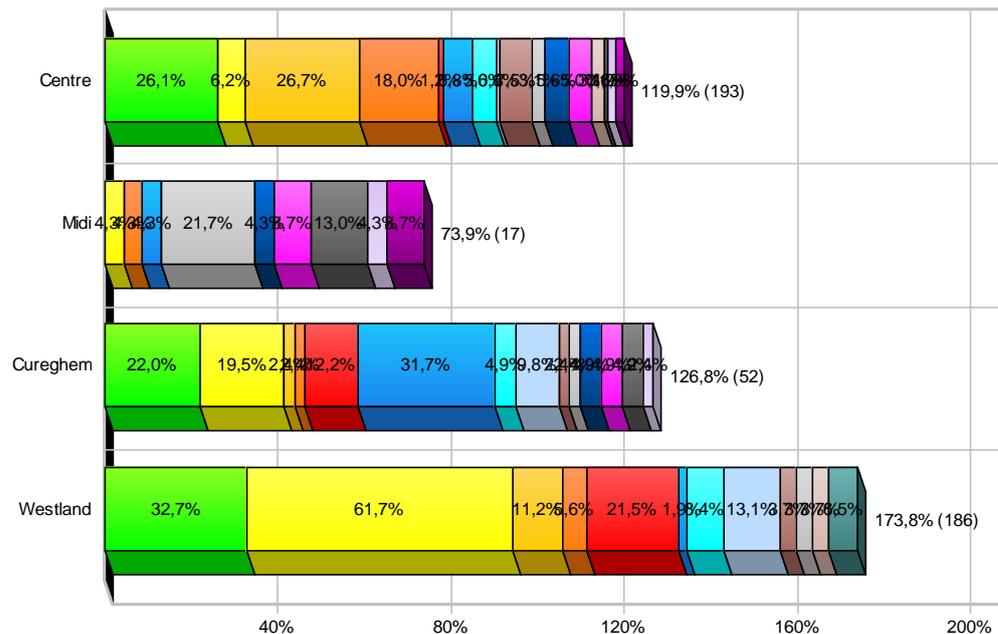
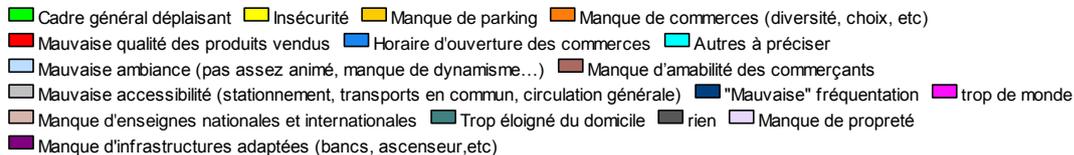
- Il apparaît clairement que le point fort qui retiens le plus l'attention dans l'ensemble des pôles commerciaux enquêtés est la diversité du mix commercial avec près de 50% des réponses allant dans ce sens. En deuxième lieu viens l'accessibilité avec 35,3% et ensuite l'ambiance avec 14%.
- La définition des points forts varie cependant en fonction de la composition de ménage, globalement la diversité du mix commercial et l'accessibilité restent les principaux points forts retenus mais les hommes avec enfant et les femmes seules semblent retenir d'abord l'accessibilité (respectivement 56% et 51%) avant la diversité.
- Elle varie également en fonction de la tranche d'âge des enquêtés, de 15 à 55 ans le point fort le plus souvent retenu est la diversité du mix commercial (environ 50% des personnes interrogées) mais au-delà de 55 ans, c'est l'accessibilité qui prend le dessus avec 40% de réponses dans ce sens. Dans cette tranche d'âge, un autre point fort est retenu à plus forte proportion c'est celui de l'amabilité des commerçants.



« Les points forts des pôles commerciaux en fonction de la tranche d'âges des personnes interrogées »

k) *Les points faibles des pôles commerciaux*

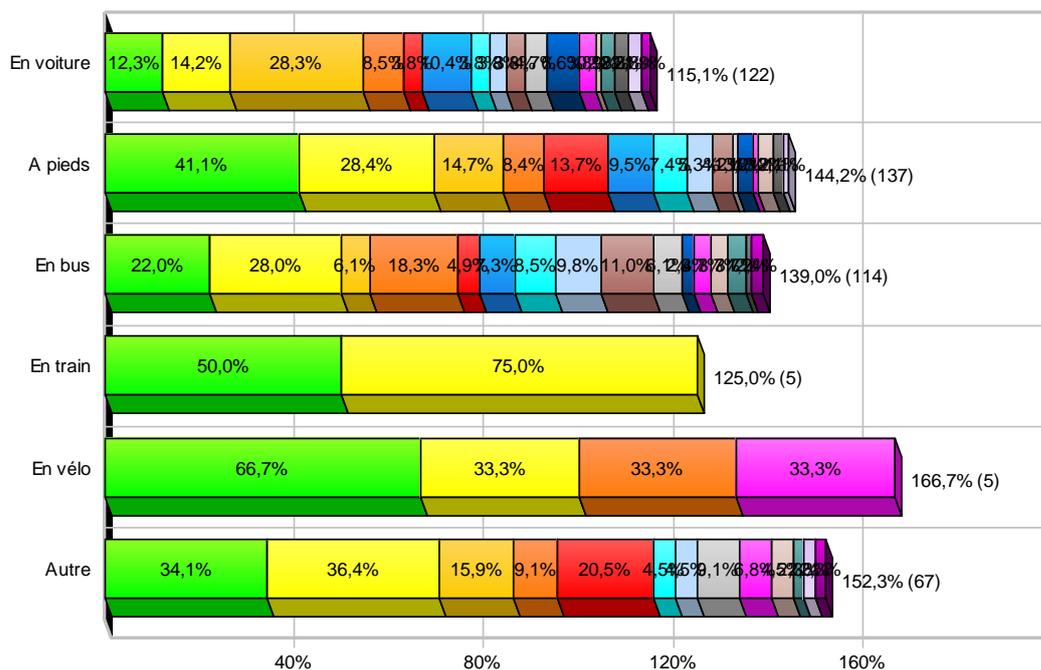
- D'une manière générale, les points faibles les plus souvent définis par les enquêtés dans tous les pôles confondus sont le cadre général déplaisant (26%), l'insécurité (25%) et le manque de parking (17%).
- Cependant les points faibles des pôles commerciaux définis par les sondés varient visiblement d'un pôle à l'autre. La mauvaise accessibilité semble être un problème réel dans le pôle commercial du midi (21,7% des sondés la définisse comme un point faible). Au Westland, l'insécurité est visiblement une inquiétude de la part des clients qui ont choisi ce point faible à 61,7%. Tandis que dans le pôle commercial du centre, le manque de parking et le manque de commerce prennent une part plus importante dans la définition des points faibles.



« *Quels sont les points faibles du pôle commercial ?* »

- D'une manière générale la définition de ces points faibles varie peu en fonction de l'âge ou du statut socioprofessionnel. Mais varie en fonction du type de transport utilisé, les chalandes se déplaçant à pied sont plus attentif au cadre tandis que ceux se déplaçant en voiture se plaignent du nombre de place de parking

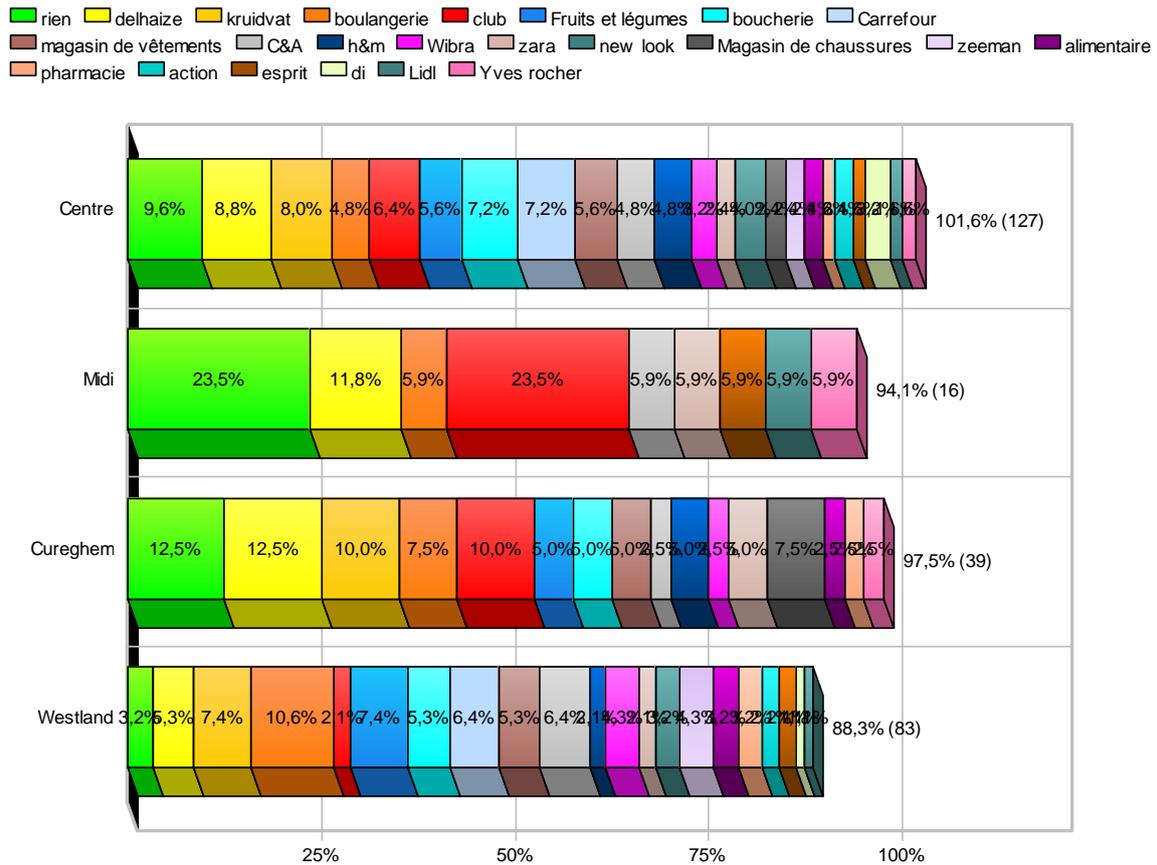
■ Cadre général déplaisant
 ■ Insécurité
 ■ Manque de parking
 ■ Manque de commerces (diversité, choix, etc)
 ■ Mauvaise qualité des produits vendus
 ■ Horaire d'ouverture des commerces
 ■ Autres à préciser
■ Mauvaise ambiance (pas assez animé, manque de dynamisme...)
 ■ Manque d'amabilité des commerçants
■ Mauvaise accessibilité (stationnement, transports en commun, circulation générale)
 ■ "Mauvaise" fréquentation
 ■ trop de monde
■ Manque d'enseignes nationales et internationales
 ■ Trop éloigné du domicile
 ■ rien
 ■ Manque de propreté
■ Manque d'infrastructures adaptées (bancs, ascenseur, etc)



« Selon vous quels sont les points faibles du pôle commercial et par quel moyen de transport vous y êtes-vous rendu ? »

l) *Fréquentation des différentes enseignes dans les pôles commerciaux*

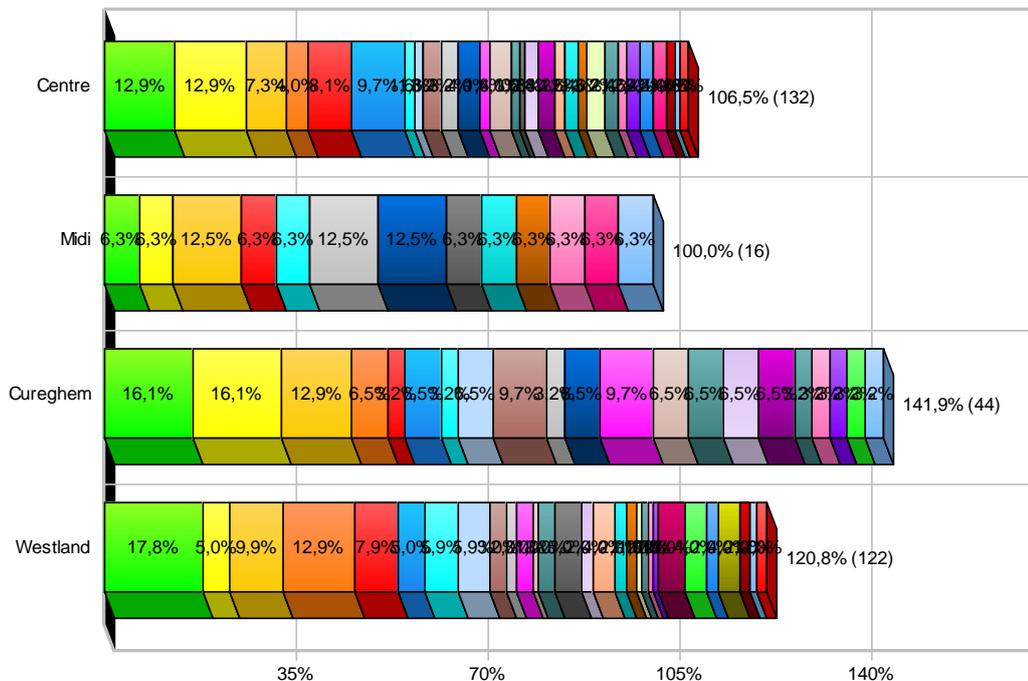
- En fonction du pôle commercial analysé, le taux de chalands n'ayant rien acheté varie de 3,2% pour Westland à 23,5% pour le pôle Midi.



Fréquentation des différentes enseignes en fonction du pôle commercial analysé.

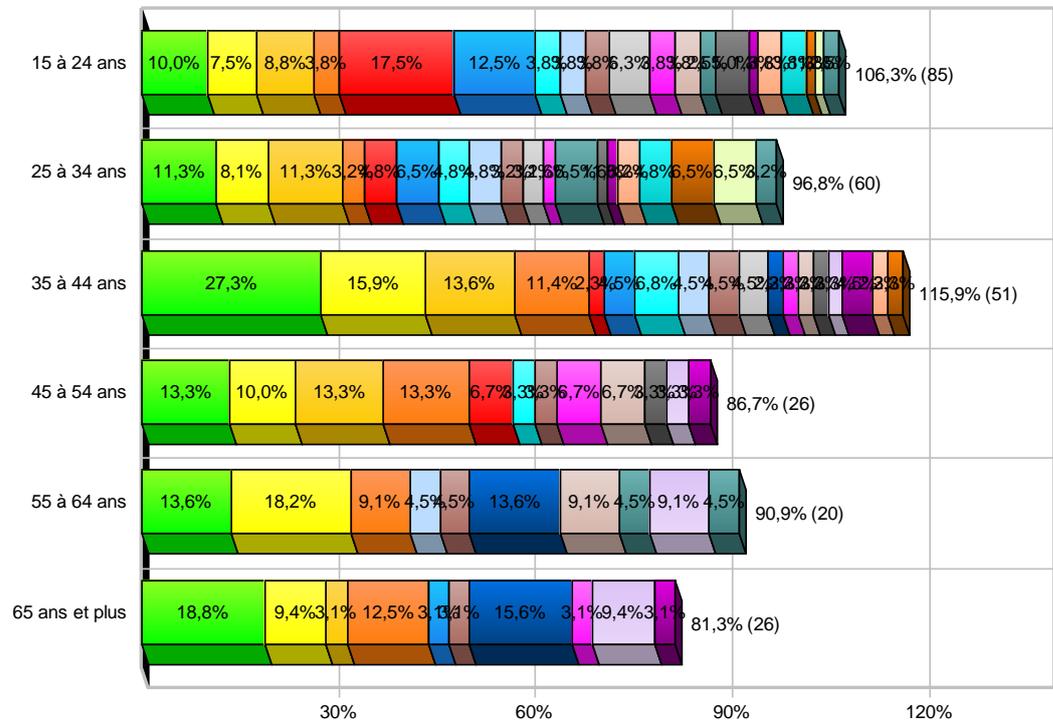
m) Enseignes que les chalandes désireraient avoir dans leur pôle commercial.

- La tendance générale dans tous les pôles confondus nous montre que la majorité des chalandes désirerait avoir une librairie/papeterie (15%), 10% désirent ne rien changer et 9% voudraient un H&M.
- 17% des jeunes âgés de 15 à 24 ans désireraient un magasin de sport. La tranche d'âge qui semble le plus vouloir une librairie/papeterie est celle des 35 à 44 ans (27%). Enfin, les 55 ans et plus sont demandeurs à plus forte proportion d'un magasin de bricolage/outillage.



« Quels sont les 3 magasins que vous aimeriez voir dans votre pôle commercial ? » en fonction du pôle enquêté.

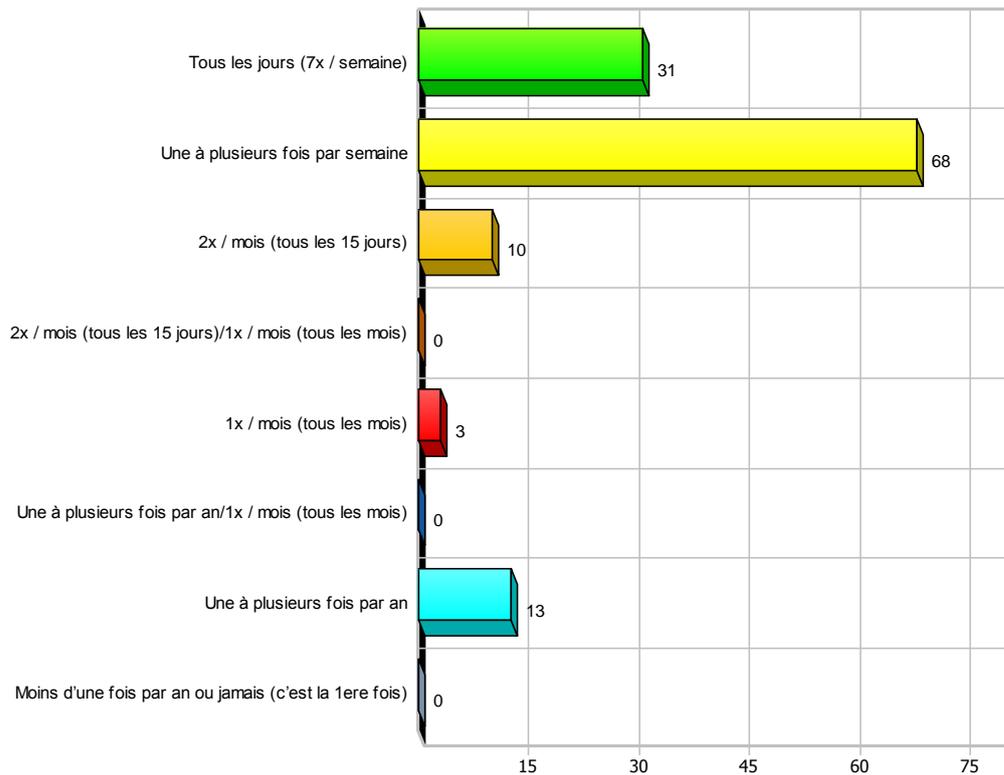
■ Librairie, papeterie ■ rien ■ h&m ■ Vêtements de marque ■ magasin de sport ■ primark ■ di ■ fnac
■ magasin de vêtements ■ zara ■ Magasin de bricolage et outillage ■ casa ■ Magasin de chaussures ■ HoReCa
■ Magasins de luxe ■ Boucherie traditionnelle ■ c&a ■ CoolCat ■ bershka ■ magasin de jouets ■ Magasin pour enfants
■ mango



« Quels sont les 3 magasins que vous aimeriez voir dans votre pôle commercial ? » en fonction de l'âge des enquêtés.

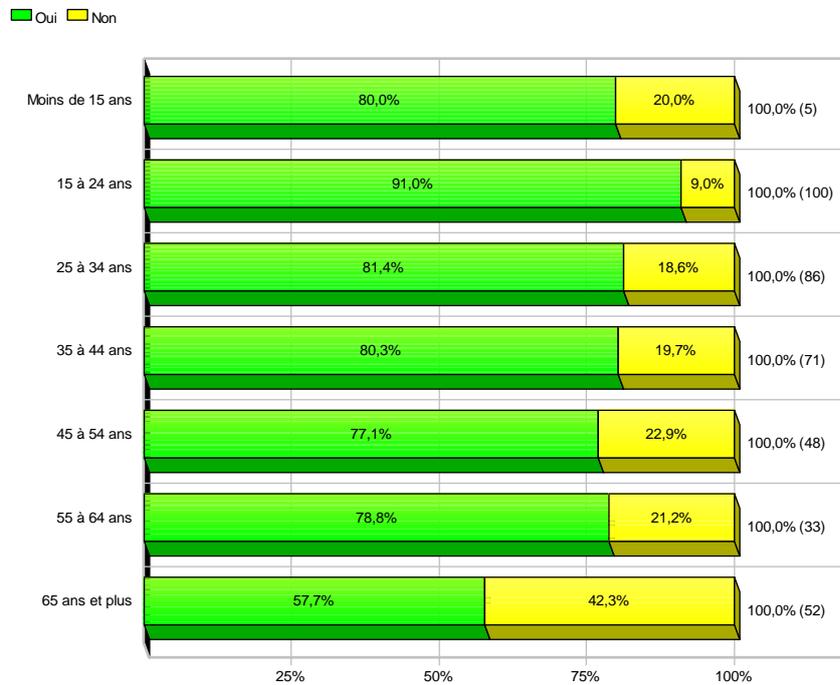
n) *Montant dépensé dans les différents pôles commerciaux.*

- Le montant dépensé par les enquêtés varie d'un pôle commercial à un autre, allant de 18 euros en moyenne pour le pôle de Cureghem à 64 euros pour Westland. Il varie également en fonction de la fréquence de visite du pôle.



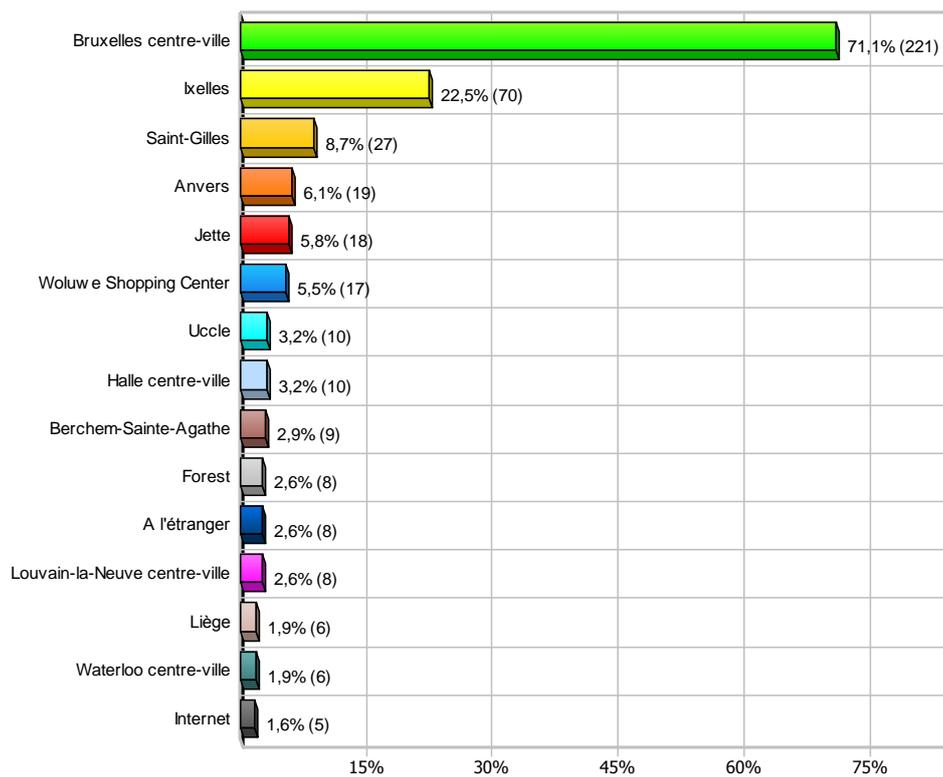
« *Montant dépensé en fonction de la fréquence de visite des pôles commerciaux* »

o) *Evasion commerciale*



« *Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht ?* » *En fonction de la tranche d'âge*

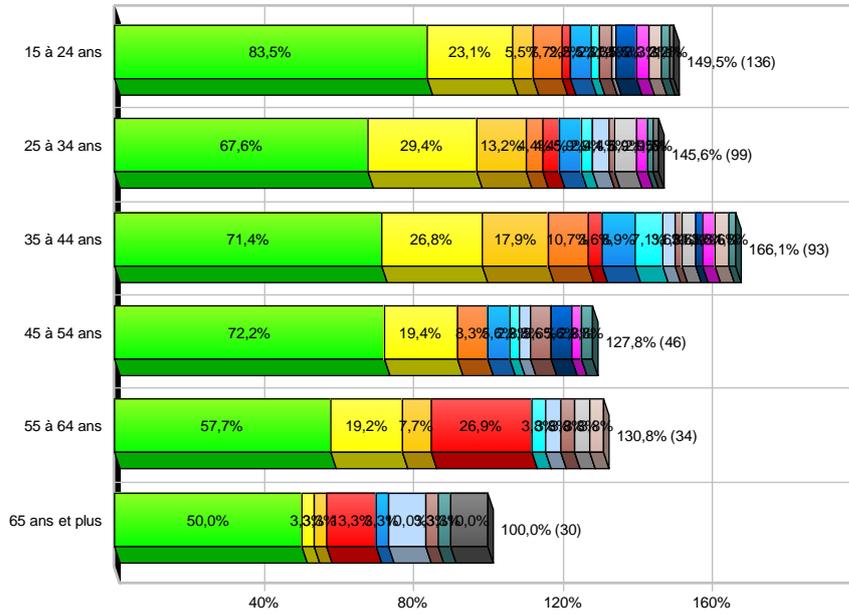
- On remarque que plus l'âge des enquêtés augmente plus ils sont fidèles au pôle commercial et ont donc moins tendance à se rendre ailleurs pour faire du shopping.
- 42% des 65 ans et plus avouent ne jamais se rendre ailleurs que le dans le pôle commercial de l'enquête.
42% des pensionnés ne font pas de shopping ailleurs que dans le pôle de l'enquête contre 12% des étudiants
- La grande majorité des sondés qui font parfois du shopping ailleurs que dans le pôle commercial de l'enquête se rendent dans le centre-ville de Bruxelles (71%) et à Ixelles (22%).



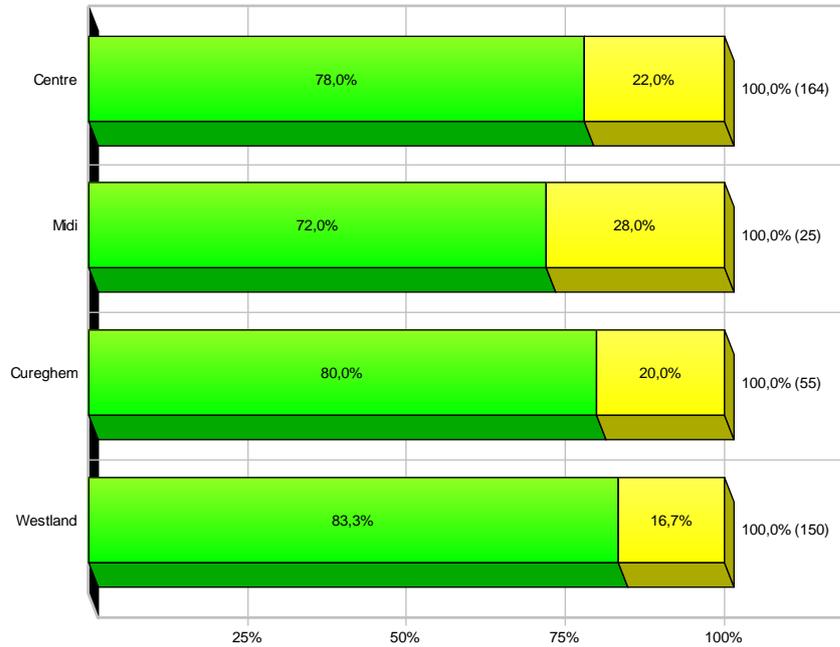
« Où vous rendez-vous pour faire du shopping ailleurs qu'à Anderlecht ? »

- La grande majorité des jeunes âgés de 15 à 24 ans se rend dans le centre-ville de Bruxelles (80%). Plus l'âge des sondés augmente, moins ils auront tendance à aller dans le centre-ville, mais se dirigeront plutôt vers Jette, Ixelles ou Saint-Gilles.

■ Bruxelles centre-ville ■ Ixelles ■ Saint-Gilles ■ Anvers ■ Woluwe Shopping Center ■ Uccle ■ Halle centre-ville
■ Berchem-Sainte-Agathe ■ Forest ■ A l'étranger ■ Louvain-la-Neuve centre-ville ■ Liège ■ Waterloo centre-ville ■ Interne t



■ Oui ■ Non



Evasion commerciale selon le pôle commercial fréquenté

2. Analyse par pôle commercial

1) Westland Shopping Center

i) *Fréquentation*

Environ 40% des personnes interrogées se rendent au Westland une à plusieurs fois par semaine. 30% s'y rendent une à plusieurs fois par mois. 15% ne s'y rendent jamais.

Ces personnes s'y rendent principalement pour effectuer des achats en équipement de la personne (80%) et en alimentaire (40%).

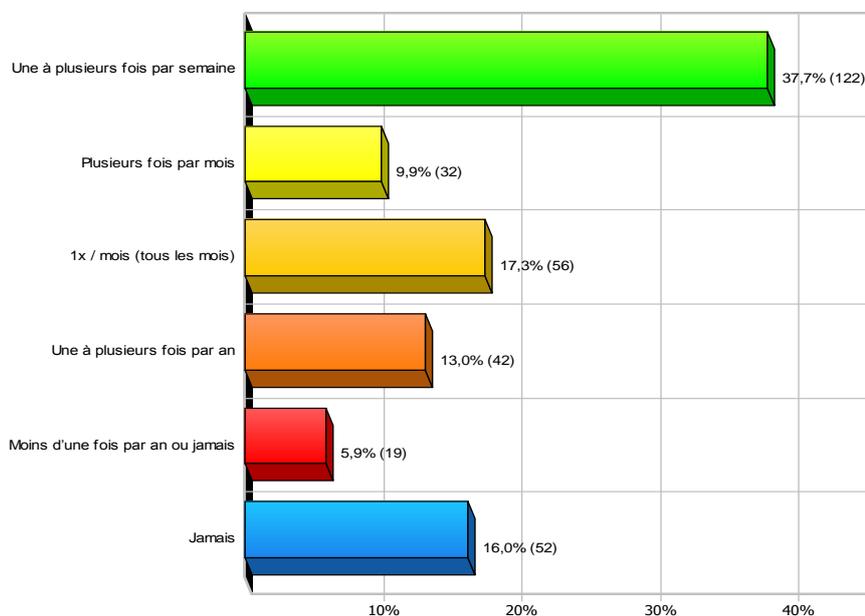
Le centre commercial touche un public varié. Nous reviendrons par après sur la typologie de sa clientèle.

ii) *Profil des users*

- Ce sont principalement les employés et les pensionnés qui fréquentent le plus souvent le centre commercial.
- Ils habitent principalement Anderlecht et dans une moindre mesure des communes limitrophes telles que Molenbeek et St-Gilles.

iii) *Profil des non-users*

- Ce sont principalement les ménages sans enfants.
- Les étudiants, les demandeurs d'emploi et les hommes et femmes au foyer semblent se rendre moins fréquemment au shopping.



2) Centre – Wayez

i) *Fréquentation*

40% des personnes interrogées affirment se rendre une à plusieurs fois par semaine dans le centre d'Anderlecht. 35% affirment ne jamais s'y rendre. D'après les analyses peu de répondants semblent fréquenter ce pôle occasionnellement. Ce sont principalement les habitués qui le fréquentent.

Les personnes se rendant dans le centre y effectuent principalement des achats dans le secteur de l'alimentaire (70%) et dans une seconde mesure en équipement de la personne (50%).

Le centre d'Anderlecht touche plusieurs types de chalands, ces derniers seront également détaillés dans la suite du rapport.

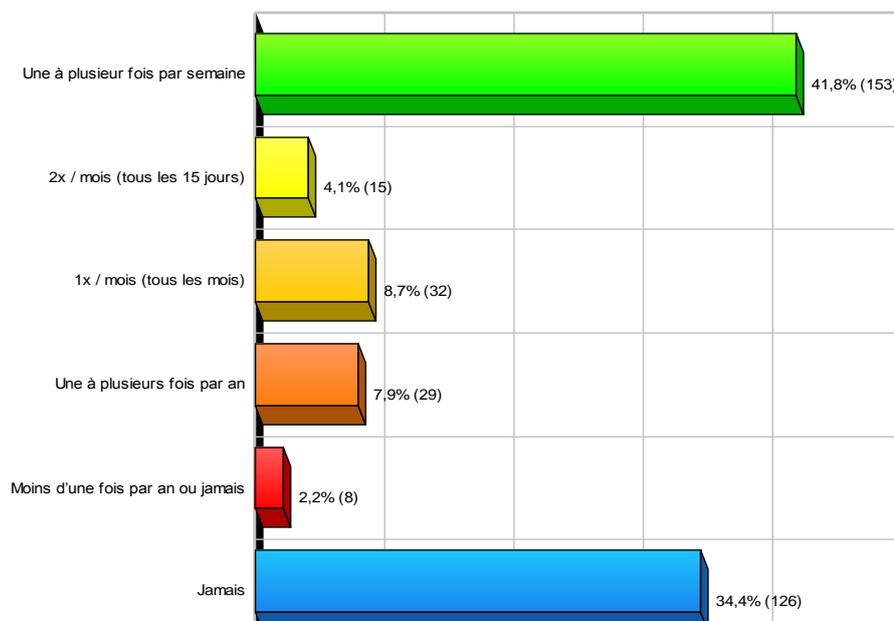
ii) *Profil des users*

- Les répondants entre 25 et 44 ans se rendent plus souvent dans le centre.
- Les ménages disposant de revenus plus faibles ont tendance à fréquenter le pôle commercial plus souvent.
- Ce sont principalement les anderlechtois qui fréquentent ce pôle et dans une moindre mesure, les communes limitrophes.

iii) *Profil des non-users*

- Les répondants entre 45 et 64 ans semblent se rendre moins souvent dans le centre.
- Plus les revenus du ménage sont élevés plus la fréquence de venue diminue.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le centre d'Anderlecht ? rue Wayez – place de la Vaillance) »



3) Quartier La Roue – Bizet

i) *Fréquentation*

Plus de 85% des personnes interrogées affirment ne jamais effectuer d'achats dans le quartier La Roue-Bizet. 5% s'y rendent une à plusieurs fois par semaine.

Parmi les utilisateurs de ce pôle commercial, 65% d'entre eux s'y rendent pour des achats dans l'alimentaire et 20% pour des achats dans l'HoReCa.

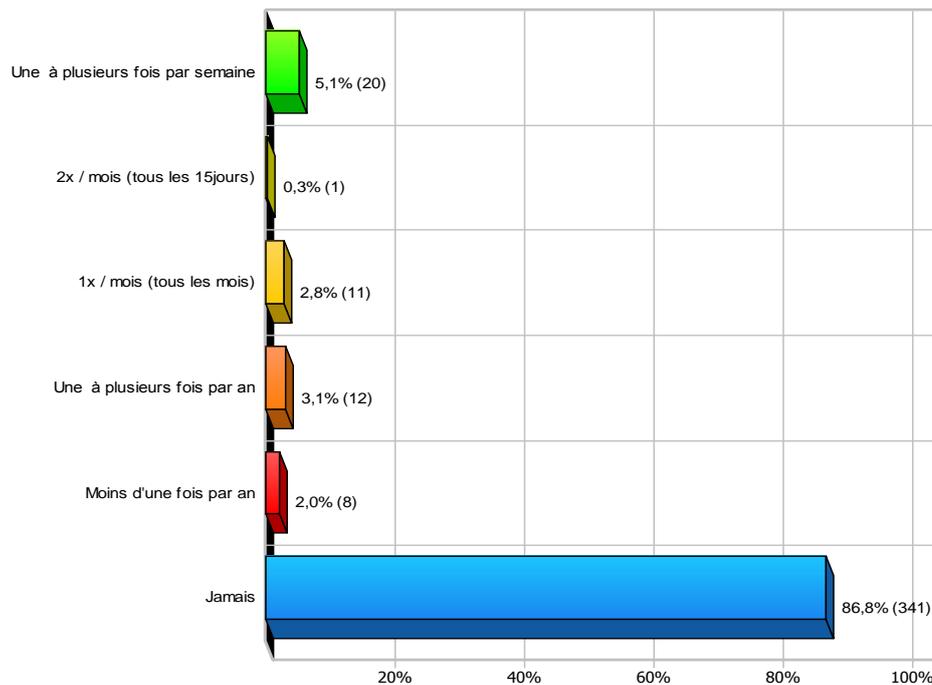
ii) *Profil des users*

- Ce sont principalement des hommes et femmes au foyer et des demandeurs d'emploi qui fréquentent ce pôle le plus fréquemment.
- Ce sont principalement les anderlechtois qui fréquentent ce pôle.

iii) *Profil des non-users*

- Ce pôle semble s'adresser à une clientèle locale. Seuls les ménages habitants à proximité le fréquentent, principalement pour leurs achats de proximité.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le quartier La Roue - Bizet ?



4) Quartier Scheut – Chaussée de Ninove

i) *Fréquentation*

70% des personnes interrogées répondent ne jamais fréquenter la chaussée de Ninove pour effectuer des achats. 9% la fréquentent une à plusieurs fois par semaine.

Les répondants fréquentant cette artère commerciale s’y rendent généralement pour effectuer des achats dans les secteurs de l’alimentaire (50%) et de l’équipement de la personne (38%).

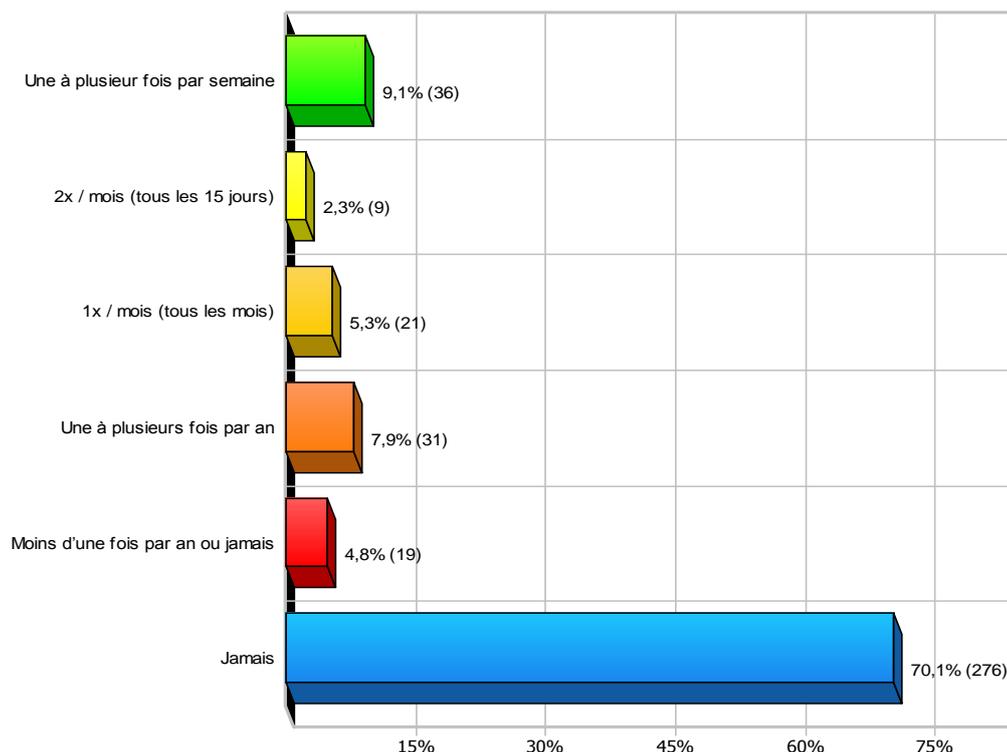
ii) *Profil des users*

- Ce sont principalement les hommes et femmes avec enfants et les couples seuls qui fréquentent le plus régulièrement ce pôle.
- Les chalands âgés de 35 à 65 ans fréquentent davantage le pôle.
- Contrairement à d’autres pôles, les chalands de la Chaussée de Ninove proviennent de diverses communes, principalement d’Anderlecht, Molenbeek et St-Gilles.

iii) *Profil des non-users*

- Les hommes et femmes seuls semblent fréquenter plus rarement, voire jamais, ce pôle.
- Les étudiants, les pensionnés et les demandeurs d’emplois fréquentent moins ce pôle commercial.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le quartier Scheut ?



5) Quartier Cureghem – Abattoirs

i) *Fréquentation*

Dans ce cas-ci aussi, la fréquentation du pôle par les répondants semble très faible. Seuls 10% d'entre eux le fréquentent souvent. Plus de 80% d'entre eux ne s'y sont jamais rendu pour effectuer des achats.

Les types de produits les plus achetés par les chalands de ce pôle concernent principalement le secteur de l'alimentaire (65%) et les secteurs de l'équipement de la personne (30%) et de l'HoReCa (25%).

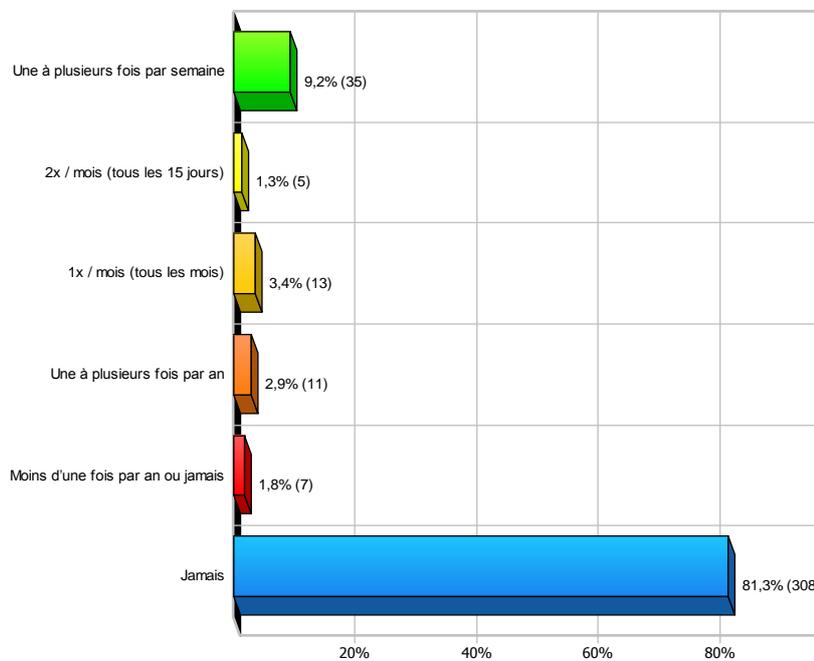
ii) *Profil des users*

- Les demandeurs d'emploi semblent se rendre plus régulièrement dans ce pôle, et dans une moindre mesure, les employés.
- Ce sont principalement les ménages dont le revenu mensuel moyen ne dépasse pas les 2.400€.
- Ce sont principalement les anderlechtois qui fréquentent ce pôle, ainsi que les molenbeekoïses.

iii) *Profil des non-users*

- Ce sont principalement les moins de 25 ans qui se rendent le moins souvent dans ce pôle.
- Les hommes et femmes au foyer, ainsi que les indépendants se rendent très peu dans le quartier Cureghem.
- Les ménages dont le revenu mensuel s'élève à plus de 2.400€ fréquentent peu, voire jamais, ce pôle.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le quartier Cureghem ? »



6) Quartier du Midi

i) *Fréquentation*

Le quartier du midi présente un profil de fréquentation proche de celui de la rue Wayez, bien que sa fréquentation soit nettement moins importante. Plus de 60% des répondants affirment ne jamais effectuer d'achats dans ce pôle. A l'inverse, plus de 17% des répondants estiment le fréquenter une à plusieurs fois par semaine. 30% des répondants s'y rendent au moins une fois par mois. Ceci s'explique sans doute par le fait que le pôle commercial tourne grâce à une clientèle « d'habitues » réguliers.

Les achats des chalands dans le quartier du Midi se concentrent principalement autour des secteurs de l'alimentaire (65%), et ensuite de l'équipement de la personne (25%) et de l'HoReCa (20%).

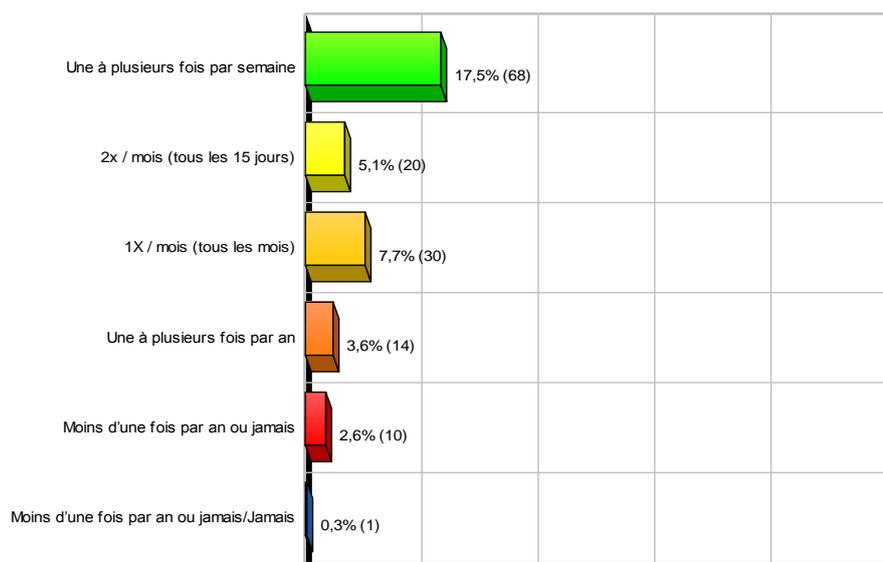
ii) *Profil des users*

- Ce sont principalement les chalands âgés de 25 à 45 ans qui fréquentent le plus ce pôle.
- Les demandeurs d'emplois et les hommes et femmes au foyer fréquentent davantage ce pôle.
- Ce pôle attire des anderlechtois, mais également des molenbeekoïses et des St-Gilloises.

iii) *Profil des non-users*

- Il semblerait que ce soit les couples seuls et les femmes seules qui fréquentent le moins souvent ce pôle.
- Les chalands âgés de plus de 65ans fréquentent plus rarement ce pôle.
- Les pensionnés et les étudiants le fréquentent peu également.
- La fréquentation de ce pôle diminue au fur et à mesure que le revenu moyen du ménage diminue.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le quartier du Midi ? »



7) Quartier Bon Air

i) *Fréquentation*

Les répondants fréquentent très peu ce pôle commercial. 95% d'entre eux affirment ne jamais y effectuer d'achats. Ceci s'explique sans doute par le caractère local du pôle. Les enquêtes n'ayant pas été réalisées au sein du quartier Bon Air, très peu de ses chalandes ont été interrogés.

Néanmoins, les répondants s'y rendant parfois, y effectuent principalement des achats en Alimentaire et en HoReCa.

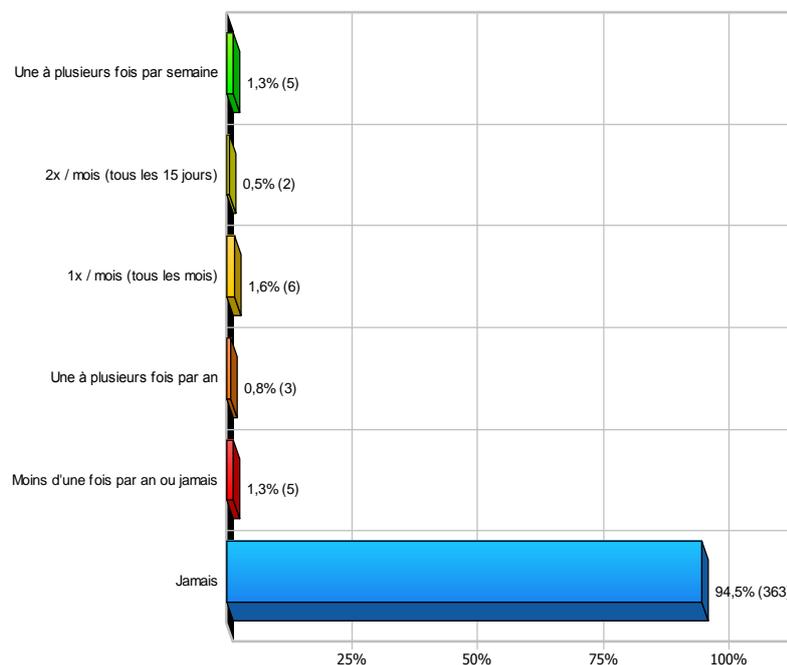
ii) *Profil des users*

- Les chalandes de plus de 65 ans semblent fréquenter plus régulièrement ce pôle.
- Au niveau du statut socio-professionnel, ce sont principalement les pensionnés, et dans une moindre mesure les employés, qui le fréquentent le plus.
- Seuls les anderlechtois semblent fréquenter ce quartier.

iii) *Profil des non-users*

- Les demandeurs d'emplois et les hommes et femmes au foyer y effectuent rarement leurs achats.
- Les ménages dont le revenu dépasse les 1.900 € fréquentent peu ce quartier.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats dans le quartier du Bon Air ? »



8) Shopping Cora

i) *Fréquentation*

Contrairement aux pôles précédents, la fréquentation du shopping Cora est nettement plus importante. Seuls 20% des répondants ne s'y rendent jamais. 20% s'y rendent une à plusieurs fois par semaine et plus de 55% des répondants s'y rendent au moins une fois par mois. Ceci montre qu'à la différence des pôles de proximité qui rallie une clientèle plus fidèle et locale, le shopping Cora attire davantage de clients occasionnels.

85% des répondants se rendent au Shopping Cora pour y effectuer des achats dans le secteur de l'alimentaire et 30% dans le secteur de l'équipement de la personne. Les secteurs de l'électroménager, audio et hygiène beauté et soins sont également plus représentés que dans les autres pôles (hormis le Westland) avec 20% des répondants qui effectuent ces types d'achats.

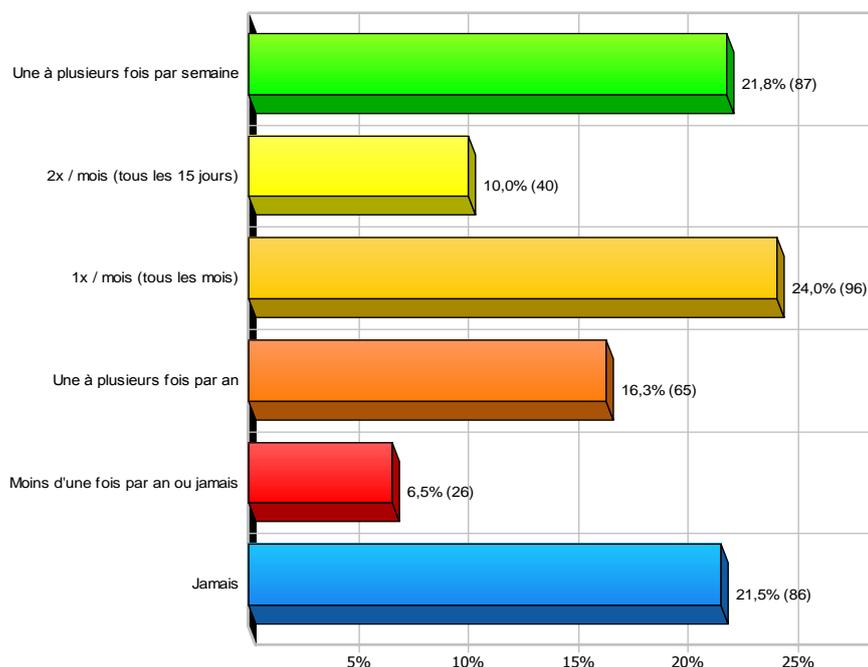
ii) *Profil des users*

- Ce sont principalement les familles qui fréquentent ce pôle.
- Le shopping Cora semble toucher une clientèle plus diversifiée.

iii) *Profil des non-users*

- Les pensionnés et les indépendants semblent fréquenter ce pôle plus rarement.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats au Shopping Cora ? »



9) Marchés

a) *Marché des Abattoirs*

i) *Fréquentation*

La moitié des répondants ne se rendent jamais au marché des Abattoirs, mais 30% s'y rendent toutes les semaines. Ceci montre également que ce sont principalement des « habitués » qui fréquentent ce marché de façon hebdomadaire.

90% des chalands y effectuent des achats en alimentaire.

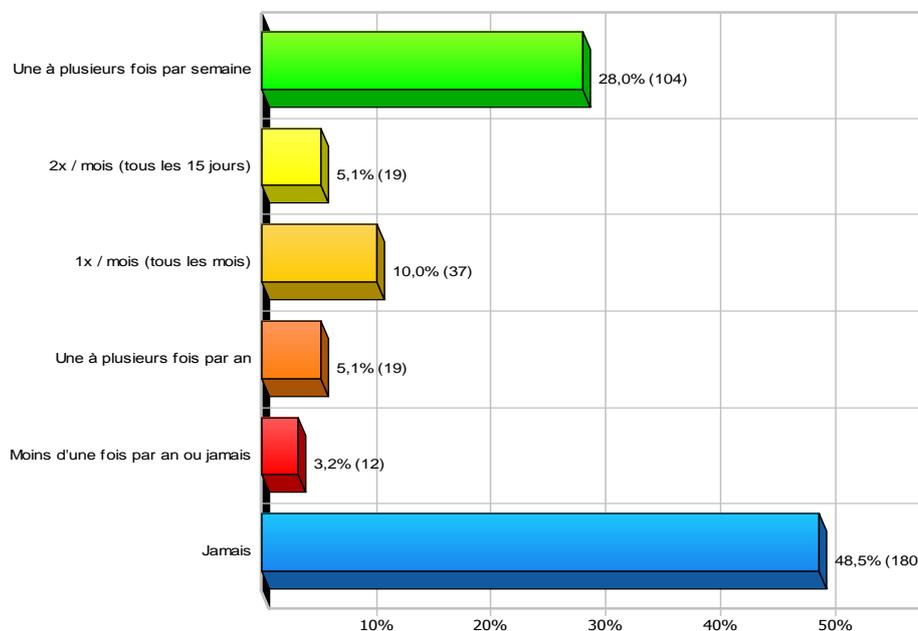
ii) *Profil des users*

- Les demandeurs d'emploi, les hommes et femmes au foyer semblent fréquenter ce marché plus régulièrement.
- Plus le revenu mensuel du ménage diminue plus la fréquence augmente.
- Ce sont principalement des anderlechtois qui fréquentent ce marché, mais il attire également les chalands d'autres localités (St-Gilles, Molenbeek, Schaerbeek, etc)

iii) *Profil des non-users*

- Les plus de 65 ans semblent fréquenter plus rarement le marché des abattoirs.
- Les pensionnés et les étudiants s'y rendent moins souvent.
- Plus le revenu mensuel du ménage augmente plus la fréquence diminue.

« En général, à quelle fréquence effectuez-vous vos achats au marché des Abattoirs ? »



b) Marché du quartier La Roue

97% des répondants ne fréquentent jamais ce marché, il semble donc difficile d'analyser la typologie de ses chalands.

c) Marché du quartier La résistance

80% des répondants ne fréquentent jamais le marché du quartier de la Résistance. 10% des personnes interrogées le fréquentent chaque semaine, principalement pour des achats dans l'alimentaire.

Ce sont principalement les personnes de plus de 55 ans qui le fréquentent, les pensionnés et les employés. L'attractivité de ce marché semble être principalement locale.

d) Marché de quartier du Midi

60% des répondants ne fréquentent jamais le marché du Midi. Néanmoins, 15% le fréquentent toutes les semaines, et 35% le fréquentent plusieurs fois par an. C'est principalement pour y effectuer des achats en alimentaire (93%) mais également en équipement de la personne (40%).

Les moins de 25 ans fréquentent très peu ce marché. La fréquentation des chalands augmente au fur et à mesure que leurs revenus diminuent.

Ce sont principalement des anderlechtois qui fréquentent ce marché, mais il attire également les chalands d'autres localités (St-Gilles, Molenbeek, Schaerbeek, Bruxelles, etc).

3. Typologie de consommateurs

1) Analyse typologique des interactions entre pôles

Sur 492 enquêtes, 413 ont été utilisées pour l'analyse typologique des interactions. 79 individus ont été exclus, soit parce qu'ils constituaient des tests, soit parce qu'ils étaient incomplets. 11 variables ont été utilisées :

- Fréquentation du Centre (en jour / an)
- Fréquentation du Westland (en jour / an)
- Fréquentation du Shopping Cora (en jour / an)
- Fréquentation du quartier Cureghem (en jour / an)
- Fréquentation du quartier Scheut (en jour / an)
- Fréquentation du quartier Midi (en jour / an)
- Fréquentation du quartier la Roue-Bizet (en jour / an)
- Fréquentation du quartier Bon Air (en jour / an)
- Fréquentation du marché des Abattoirs (en jour / an)
- Fréquentation du marché de la Résistance (en jour / an)
- Fréquentation du marché du Midi (en jour / an)

Une analyse des corrélations a été effectuée préalablement à la typologie et aucune corrélation significative entre variables n'a été constatée. Les 11 variables ont donc été incluses dans l'analyse statistique. Le logiciel utilisé est SAS Entreprise Guide 6.1.

L'analyse typologique des interactions entre pôle a permis d'identifier 5 segments de consommateurs. Chaque segment possède son comportement spécifique, composé des fréquentations moyennes pour chacun des pôles commerciaux Anderlechtois.

Segment	Centre	Westland	Shopping Cora	Cureghem
1	22	21	17	2
2	220	44	24	14
3	24	170	12	1
4	42	36	62	105
5	37	33	22	8

Segment	Scheut	Midi	Roue-Bizet	Bon Air
1	4	9	1	0
2	4	18	14	1
3	8	1	8	5
4	30	95	18	7
5	260	30	1	0

Segment	Marché Abattoirs	Marché Resistance	Marché Midi
1	18	2	7
2	20	25	8
3	14	2	4
4	66	24	40
5	20	0	16

Segment	En nb	En %
1	254	62%
2	68	16%
3	46	11%
4	32	8%
5	13	3%

La structure des segments permet de constater qu'il existe un comportement moyen partagé par la majorité des chaland's Anderlechtois. Ce comportement est incarné par le segment 1. En effet, ce premier segment est constitué de 62% des chaland's Anderlechtois. Ces consommateurs se rendent tant dans le Centre qu'au Westland Shopping Center, c'est-à-dire une fois toutes les deux semaines en moyenne, et tant au Shopping Cora qu'au marché des abattoirs, c'est-à-dire une fois et demi par mois en moyenne.

Les segments de 2 à 5 sont de tailles plus modestes et représentent des comportements plus marqués pour tel ou tel autre pôle. Ainsi, le segment 2, qui est constitué de 16% des chaland's Anderlechtois, comprend les consommateurs qui fréquentent de manière quasi quotidienne le Centre d'Anderlecht. Le segment 3, qui est constitué de 11% des chaland's, comprend les consommateurs qui se rendent en moyenne un jour sur deux au Westland Shopping Center. Le segment 4 (8%) est constitué des chaland's fréquentant souvent les quartiers du Midi et de Cureghem et sont également ceux qui vont le plus souvent aux marchés. Enfin, le segment 5 (3%) est constitué des habitués du quartier Scheut. Ils s'y rendent quasiment tous les jours.

2) La segmentation des chalands du Centre

Sur 172 enquêtés dans le centre, 162 ont été retenus pour l'analyse typologique des chalands du centre. 10 individus ont été exclus parce qu'ils constituaient un segment à part entière représentant les travailleurs du pôle. 6 variables ont été utilisées et peuvent être divisées en 2 groupes :

Les variables chalands :

- Fréquentation du Centre (en jour / an) ;
- Temps passé dans le centre (en minute) ;
- Nombre de personnes accompagnant le chaland.

Les variables socio démographiques :

- Taille du ménage ;
- Age ;
- Revenu mensuel net du ménage.

Une analyse des corrélations a été effectuée préalablement à la typologie et aucune corrélation significative entre variables n'a été constatée. Les 6 variables ont donc été incluses dans l'analyse statistique. Le logiciel utilisé est SAS Entreprise Guide 6.1.

L'analyse typologique a permis de regrouper 162 personnes en 4 segments de taille équivalente (entre 22% et 26%) et un cinquième segment plus petit (5%). Chaque segment possède un comportement spécifique, composé d'un profil chaland et d'un profil socio démographique, et des appréciations qualitatives propres vis-à-vis du centre d'Anderlecht.

Segment	Structure	
	Nb	%
1	42	26%
2	39	24%
3	37	23%
4	36	22%
5	8	5%

Segment	Profil socio démographique		
	Ménage	Age	Revenu mensuel net
1	3,5	32	2742
2	1,4	30	1082
3	4,3	38	1510
4	1,5	67	1574
5	3,9	25	1825

Segment	Profil chaland		
	Fréquentation Centre (jour/an)	Temps passé (min.)	Accompagné de
1	88	62	0,7
2	59	40	0,5
3	145	48	0,6
4	104	37	0,2
5	160	61	4,0

Le segment 1 représente 26% des chaland du Centre. Il correspond à une population active plus aisée, en couple avec enfants (74%), majoritairement d'origine belge (62%). Ils sont pour la plupart employés (50%) mais c'est aussi le segment dans lequel on retrouve le plus d'indépendants (14%). Ils se rendent en moyenne une à deux fois par semaine dans le Centre. Ils ont un niveau de satisfaction relativement faible (6/10) et s'y sentent en insécurité (22%).

Le segment 2 représente 24% des chaland du Centre. Il correspond à une population plus jeune (âge moyen 39 ans). Ils sont étudiants (38%), employés en début de carrière (28%) ou demandeurs d'emploi (23%) et ont par conséquent un revenu faible. Ils vivent seuls (69%) ou avec un enfant à charge (18%). Ils n'habitent pas à proximité directe des commerces du centre-ville d'Anderlecht et s'y rendent une fois par semaine en transport en commun (64%). La plupart vont également effectuer des achats en dehors d'Anderlecht (87%), principalement dans le centre-ville de Bruxelles.

Le segment 3 représente 23% des chaland du Centre. Il correspond à une population active, homme-femme au foyer (32%) et employé (27%), d'une trentaine d'années, majoritairement d'origine nord-africaine (53%), dont le ménage est composé de couples avec enfants (84%). Ils habitent le centre même d'Anderlecht (proximité directe de la rue Wayez, etc.) et se rendent quatre à cinq fois par semaine dans les commerces du pôle, la plupart du temps à pieds (49%). Ils sont satisfaits du pôle commercial (7/10).

Le segment 4 correspond à une population âgée (âge moyen 67 ans), composée d'Anderlechtois d'origine belge (67%) et à la retraite (81%). Ils habitent à proximité directe du centre-ville et ils ont l'impression que la ville se dégrade au fil du temps. Les expressions « ça a changé », « ce n'est plus comme avant », « ça se dégrade » reviennent souvent. Ils se sentent en insécurité dans le centre-ville (18%) et ne sont pas satisfaits du pôle (5,3/10). Ils vont peu en dehors d'Anderlecht pour effectuer des achats (58%).

Le segment 5 correspond aux groupes de trois étudiants et plus (100%) qui parcourent le centre-ville après les heures d'école (88%). Ils sont satisfaits du Centre (7,2/10).

De manière globale, la plupart des chalands du centre d'Anderlecht trouvent le cadre déplaisant (27%) et ressentent un sentiment d'insécurité (20%). La satisfaction globale est de 60%. Ils souhaitent plus de poubelles (15%), de parking (14%), de caméras de surveillance (14%) et d'espaces verts (12%). Environ 75% des chalands se rendent également au Westland Shopping Center (85%), au Shopping Cora (75%) et au marché des Abattoirs (62%). Ils effectuent aussi des achats à l'extérieur d'Anderlecht (72%), principalement dans le centre-ville de Bruxelles. Ils vont y chercher de l'équipement de la personne (32%), de l'hygiène, beauté et soins (12%) et des loisirs (12%).

3) La segmentation des chalands du Westland Shopping Center

Sur 158 enquêtés au Westland Shopping Center, 149 ont été retenus pour l'analyse typologique des chalands du centre. 9 individus ont été exclus parce qu'ils constituaient un segment à part entière représentant les travailleurs du pôle. 6 variables ont été utilisées et peuvent être divisées en 2 groupes :

Les variables chalands :

- Fréquentation du Centre (en jour / an) ;
- Temps passé dans le centre (en minute) ;
- Nombre de personnes accompagnant le chaland.

Les variables socio démographiques :

- Taille du ménage ;
- Age ;
- Revenu mensuel net du ménage.

Une analyse des corrélations a été effectuée préalablement à la typologie et aucune corrélation significative entre variables n'a été constatée. Les 6 variables ont donc été incluses dans l'analyse statistique. Le logiciel utilisé est SAS Entreprise Guide 6.1.

L'analyse typologique a permis de regrouper 149 personnes en 5 segments. Chaque segment possède un comportement spécifique, composé d'un profil chaland et d'un profil socio démographique, et des appréciations qualitatives propres vis-à-vis du Westland Shopping Center.

Segment	Structure	
	Nb	%
1	68	46%
2	31	21%
3	24	16%
4	18	12%
5	8	5%

Segment	Profil socio démographique		
	Ménage	Age	Revenu mensuel net
1	3,8	31	2734
2	1,6	31	1281
3	1,7	62	1741
4	2,2	41	1594
5	3,4	28	1892

Segment	Profil chaland		
	Fréquentation Westland (jour/an)	Temps passé (min.)	Accompagné de
1	33	69	0,9
2	24	99	1,0
3	59	93	0,3
4	237	67	0,7
5	119	91	4,0

Le segment 1 est le plus important en termes de proportion. Il comprend 46% des chalands du Westland Shopping Center. Il représente une population active. Il comprend majoritairement des employés (44%), des familles avec un ou plusieurs enfants (43%) et ayant un revenu élevé par rapport aux autres segments. Ils se rendent au Westland Shopping Center une à deux fois tous les quinze jours et sont satisfaits de son offre commerciale et du cadre général (7,5/10). En revanche, ils n'associent le Westland à aucune identité particulière (29%).

Le segment 2 représente 21% des chalands du Westland Shopping Center. Il correspond à une population active, 48% sont employés, mais comprend également une part importante de demandeurs d'emplois (26%). Ils vivent seuls (48%) et ont un petit revenu mensuel. Ils sont très satisfaits du Westland Shopping Center (8/10) mais ils ne l'associent à aucune identité particulière (26%). Ils vont également pratiquement tous effectuer des achats à l'extérieur d'Anderlecht (90%).

Le segment 3 représente 16% des chalands du Shopping Center. Il correspond à une population âgée (âge moyen 62 ans). Ils sont majoritairement pensionnés (58%). Ils vivent seuls (42%) ou sont en couple sans enfants (46%). Ils se rendent en moyenne une fois tous les quinze jours au Westland et en sont satisfaits (7,7/10). Ils le trouvent accueillant, chaleureux, convivial (30%) et animé, dynamique (21%).

Le segment 4 représente 12% des chalands du Westland Shopping Center. Il correspond à une population composée d'employés (33%) et de pensionnés (28%). Les ménages sont des couples seuls (22%) ou avec un enfant (39%). C'est le segment qui a la plus forte fréquentation du Westland Shopping Center. Ils s'y rendent 4 à 5 fois par semaine et sont satisfaits (7,5/10). Ils l'associent au RSCA (26%) et le trouvent chaleureux, convivial, familial (22%).

Le segment 5 représente les groupes de jeunes étudiants (75%) qui se rendent régulièrement dans le Westland Shopping Center pour flâner entre amis (33%). Ils sont satisfaits du pôle (8/10).

De manière globale, les chalands du Westland Shopping Center en sont très satisfaits. En effet, le niveau de satisfaction est de 75%. En revanche, bien que la plupart le trouve « chaleureux, convivial, familial », « animé et dynamique » ou l'associe au RSCA, 19% ne lui confère aucune identité particulière. Concernant les améliorations, ils souhaitent plus de bancs (29%) et de places de parking (14%). Enfin, 82% effectuent également des achats au Shopping Cora, 42% dans le Centre d'Anderlecht et 83% en dehors de la commune d'Anderlecht, principalement dans le centre-ville de Bruxelles.

4) Zones de chalandise

a) Zone de chalandise réelle

1. Méthodologie

La délimitation de la zone de chalandise effective d'Anderlecht se base sur les résultats de l'enquête menée auprès des 500 chalands.

Deux critères sont pris en compte pour la définition de la zone de chalandise et sa segmentation en zones primaire et secondaire : la part cumulée des chalands et la pénétration de la commune.

Le tableau suivant et l'analyse de la carte ci-après montrent que 60% des chalands habitent Anderlecht. Ceci renforce la dimension locale de l'attractivité de la commune. Viennent ensuite les communes de Molenbeek et Saint-Gilles.

- **La répartition spatiale des chalands enquêtés**

CP	Effectifs	%
1070	220	58,0%
1080	25	6,6%
1060	16	4,2%
1030	11	2,9%
1050	11	2,9%
1000	9	2,4%
1090	9	2,4%
1700	5	1,3%
1020	5	1,3%
1600	5	1,3%
1190	4	1,1%
1180	4	1,1%
1040	3	0,8%
1081	3	0,8%
1111	3	0,8%
1761	2	0,5%
7090	2	0,5%
1210	2	0,5%
1630	2	0,5%
9300	2	0,5%
1602	2	0,5%
1703	2	0,5%
1082	2	0,5%
1780	2	0,5%
1083	2	0,5%
1601	2	0,5%
1200	2	0,5%
1150	2	0,5%
1731	2	0,5%
6460	1	0,3%
8660	1	0,3%
1120	1	0,3%
1730	1	0,3%
1348	1	0,3%
1420	1	0,3%
9850	1	0,3%
1620	1	0,3%
1742	1	0,3%
7120	1	0,3%
1701	1	0,3%
7530	1	0,3%

1845	1	0,3%
8620	1	0,3%
9402	1	0,3%
1860	1	0,3%
1500	1	0,3%
1790	1	0,3%

Apport en volume de clients des principales localités

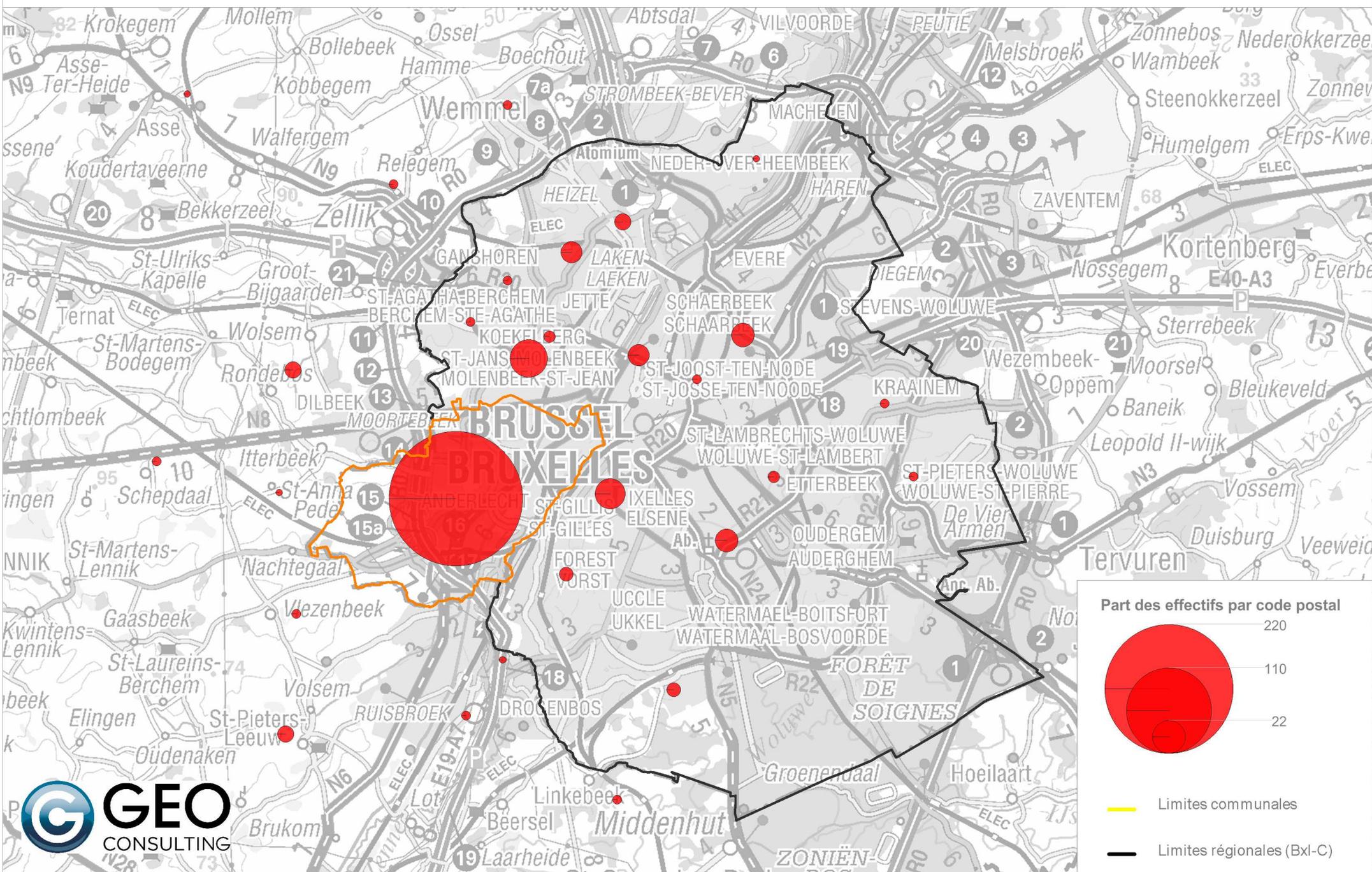
Source : Enquête GeoConsulting, Mars 2015

- **L'emprise selon l'échantillon enquêté**

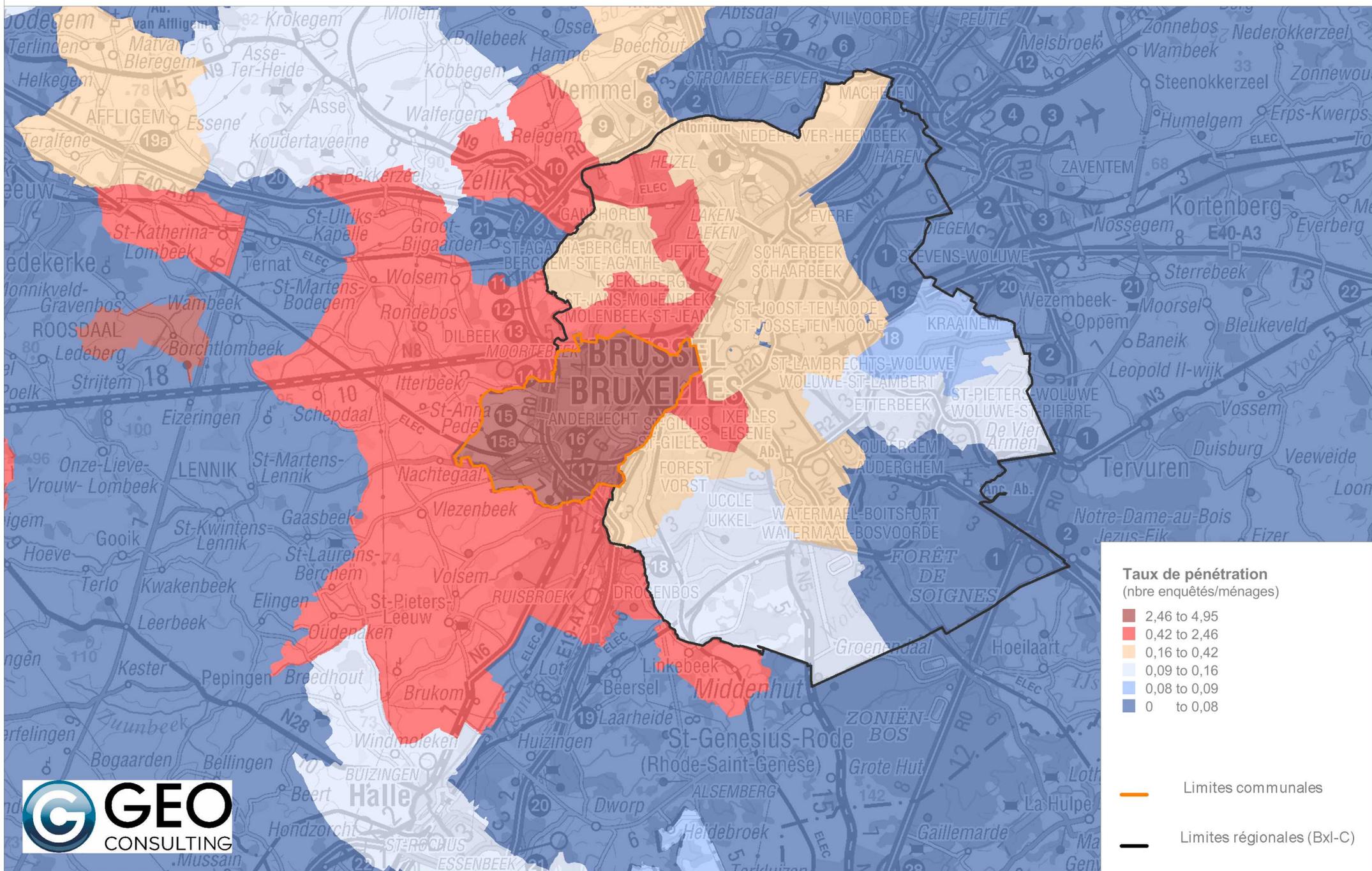
La seconde carte nécessaire à la définition de la zone de chalandise effective est celle présentant la pénétration commerciale d'Anderlecht par entité géographique (codes postaux). Le taux d'emprise cartographié correspond au rapport entre le nombre de clients et le nombre de ménages, exprimé en pour mille.

Logiquement, l'emprise diminue régulièrement au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la commune, en fonction de l'accessibilité.

Répartition des chalands des pôles commerciaux d'Anderlecht selon leurs lieux de résidence



Taux de pénétration



2. Délimitation

La zone de chalandise effective de la commune est délimitée sur base de l'analyse des cartes précédentes. Elle est segmentée en zones primaire et secondaire.

Face à la forte dispersion des chalands en dehors de ces deux zones, la zone résiduelle n'est pas délimitable.

- La zone primaire

La zone primaire correspond à la zone la plus importante pour un pôle commercial car c'est là que l'emprise et la fidélité y sont les plus élevées.

La zone primaire reprend 58% des chalands (selon les personnes enquêtées) de la commune d'Anderlecht, elle correspond aux limites communales.

Son potentiel clients s'élève à près de 112.258 habitants.

- La zone secondaire

La zone secondaire reprend 16,6% des chalands enquêtés. Comme l'ont montré les cartes précédentes, l'emprise et la fréquence des localités reprises dans cette zone sont significativement inférieures à celles de la zone primaire.

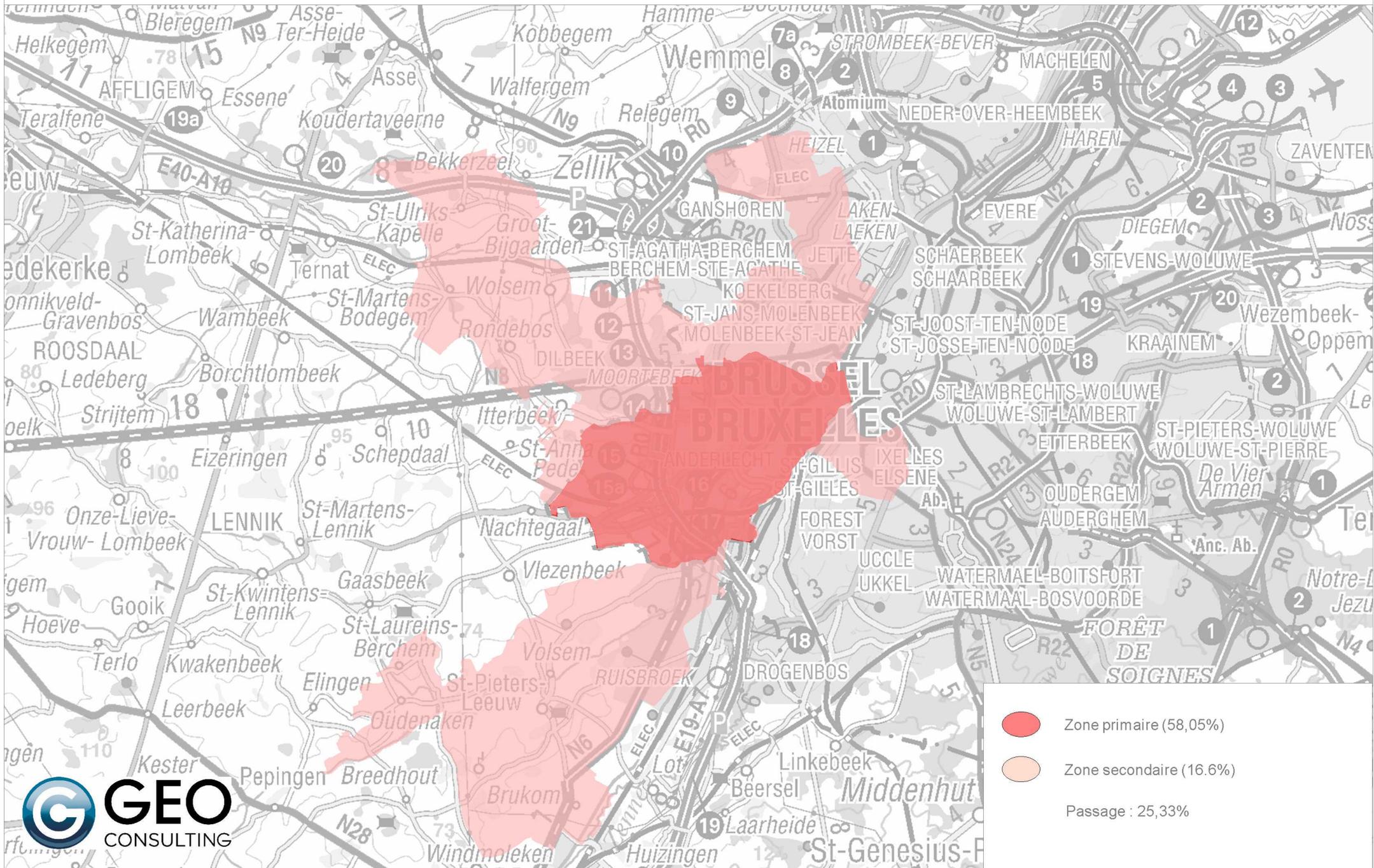
Le potentiel clients de la zone secondaire s'élève à plus de 397.105 habitants.

Cette zone secondaire présente une configuration particulière. En effet, elle s'étend principalement vers le Nord et englobe les communes de Molenbeek et Dilbeek et atteint les communes de Jette et Koekelberg. Elle s'étire au Sud pour atteindre Sint-Pieters-Leeuw, et à l'Est vers Saint-Gilles.

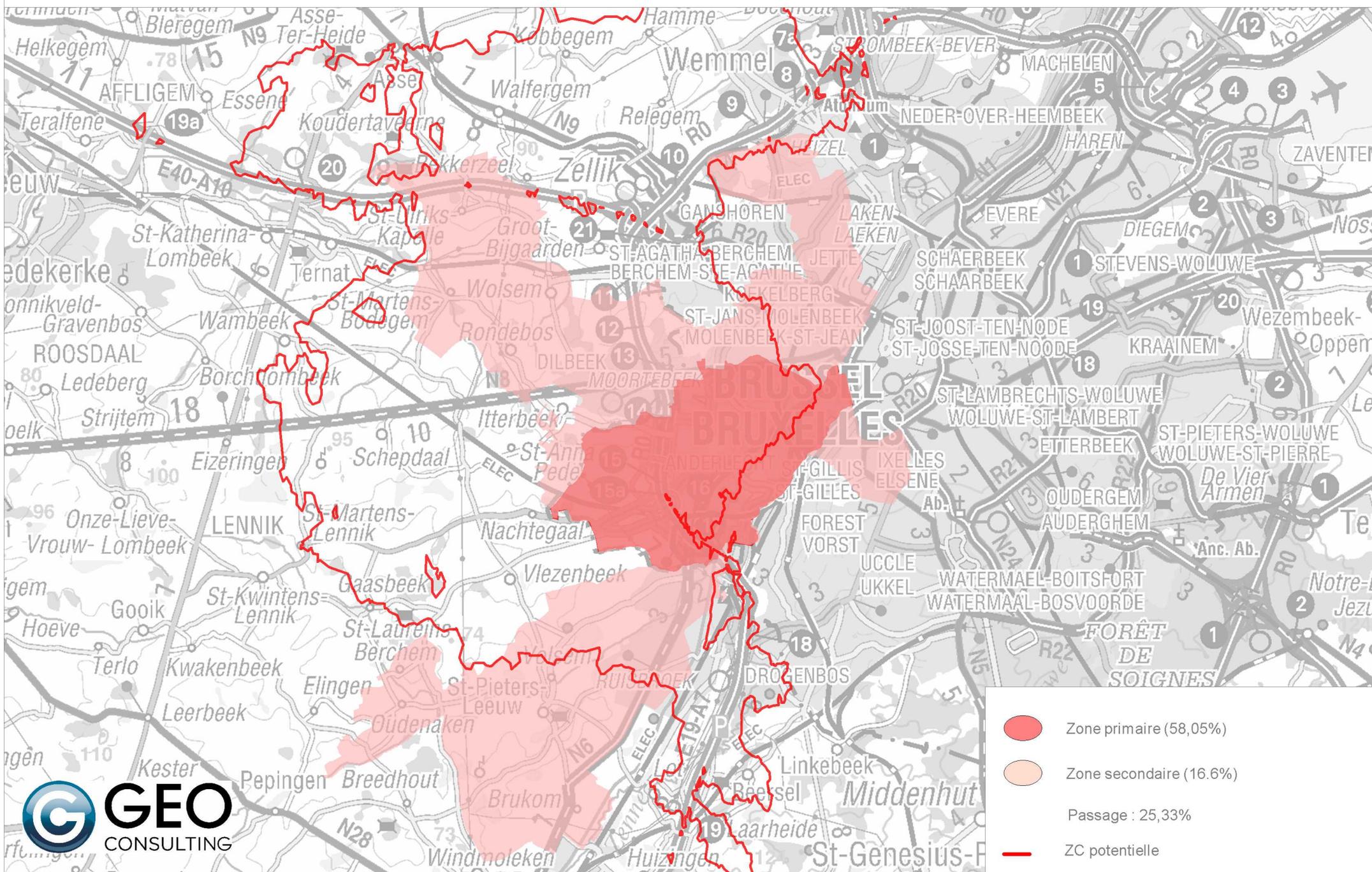
- La zone résiduelle

Cette zone n'est pas cartographiée car elle est non délimitable dans l'espace en raison de la forte dispersion des clients qui s'y retrouvent. Elle comptabilise les 25,33% restants des chalands.

Zone de chalandise réelle



Comparaison zones de chalandise potentielle et réelle



C. Economie

1. Méthode d'analyse

L'analyse des secteurs économiques permet d'appréhender la réalité économique de la commune d'Anderlecht. L'analyse précédente du secteur commercial a permis de mettre en avant l'importance actuelle de celui-ci mais également ses perspectives de développement.

Mais quelle est la part du secteur commercial dans l'économie anderlechtoise ? Quels sont les secteurs les plus représentés et quels sont ceux qui emploient le plus grand nombre de personne ?

Ces analyses permettent de définir quels secteurs économiques peuvent être considérés comme porteurs à Anderlecht ou quels sont ceux qui permettent à la commune de se distinguer d'autres communes régionales.

Dans le cadre de l'analyse de ce secteur, plusieurs types de données ont été collectés et analysés. L'analyse principale se base sur les statistiques de l'ONSS qui regroupent le nombre d'entreprises par secteur économique, ainsi que le nombre d'employés.

2. Analyse des données

Les premiers tableaux et graphiques ci-dessous présentent le traitement de ces données pour la commune d'Anderlecht.

Les tableaux et graphiques suivant présentent le poids des différents secteurs d'activité dans l'économie de la commune. Ces chiffres se basent sur l'emploi et les entreprises en 2011 dans les différents secteurs d'activités. Le secteur principal pourvoyeur d'emploi à Anderlecht est celui du Commerce (20.1%), celui de la Santé humaine et action sociale (13.7% des salariés) devant les services administratifs et de soutien (12.3%) et l'enseignement (12,2%).

En termes d'entreprises, ce sont les commerces qui représentent la plus grande part (32%) au sein de l'économie anderlechtoise devant le secteur de la construction (7,8%), l'hébergement et la restauration (7.3%).

Dans un deuxième temps, les tableaux suivants présenteront la comparaison des données anderlechtoises à deux autres communes bruxelloises, ainsi qu'à la moyenne régionale.

En comparant ces informations, les secteurs les plus spécifiques en nombre d'entreprises, sont le commerce, la construction et l'industrie manufacturière. A l'inverse, les secteurs sous-représentés, comparativement à d'autres communes, sont les activités spécialisées, scientifiques et techniques, les activités immobilières et les arts spectacles et activités récréatives.

Les secteurs les plus spécifiques en nombre d'employés, sont le commerce, l'enseignement et les transports et entreposages. A l'inverse, les secteurs sous-représentés, comparativement à d'autres communes, sont l'administration publique, assurances sociales, les arts spectacles et activités récréatives et les autres activités de services.

Ceci confirme l'importance du secteur du commerce.

Autre point intéressant, les potentialités liées au secteur de l'enseignement, qui s'expliquent par la présence des campus Erasme, CERIA etc. En comparant ces potentialités avec les secteurs sous-représentés, il apparaît un réel intérêt pour les secteurs des activités spécialisées, scientifiques et techniques, et des activités récréatives, arts et spectacles. En effet ces secteurs peuvent se développer en rapport avec le secteur de l'enseignement.

Les cartes suivantes présentent la localisation des entreprises, ces cartes se fondent sur la base de données BNB (Banque Nationale de Belgique 2014). Ces données correspondent aux sièges sociaux des entreprises.

Anderlecht

Secteurs Economiques	Entreprises	Part du secteur par rapport au nombre d'entreprises total	Emplois salariés	Part du secteur par rapport au nombre de salariés total
Agriculture, Sylviculture et pêche	5	0,2%	23	0,0%
Industries extractives	0	0,0%	0	0,0%
Industrie manufacturière	170	6,5%	4201	8,3%
Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné	1	0,0%	115	0,2%
Production et distribution d'eau; assainissement, gestion des déchets et dépollution	2	0,1%	26	0,1%
Construction	205	7,8%	2582	5,1%
Commerce; réparation de véhicules automobiles et de motocycles	837	32,0%	10145	20,1%
Transports et entreposage	130	5,0%	3746	7,4%
Hébergement et restauration	190	7,3%	1528	3,0%
Information et communication	73	2,8%	2399	4,7%
Activités financières et d'assurance	78	3,0%	1138	2,3%
Activités immobilières	86	3,3%	313	0,6%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	139	5,3%	1644	3,3%
Activités de services administratifs et de soutien	164	6,3%	6200	12,3%
Administration publique; assurances sociales	38	1,5%	2069	4,1%
Enseignement	144	5,5%	6154	12,2%
Santé humaine et action sociale	152	5,8%	6904	13,7%
Arts, spectacles et activités récréatives	46	1,8%	295	0,6%
Autres activités de services	157	6,0%	1042	2,1%
Activités de ménages	2	0,1%	4	0,0%
Activités extra-territoriales	0	0,0%	0	0,0%
Total général	2619	100,0%	50528	100,0%

Source: ONSS 2011 - Geoconsulting



Secteurs Economiques	Anderlecht	Forest	Koekelberg	Bruxelles
Agriculture, Sylviculture et pêche	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%
Industries extractives	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Industrie manufacturière	6,5%	6,0%	5,5%	3,2%
Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Production et distribution d'eau; assainissement, gestion des déchets et dépollution	0,1%	0,7%	0,0%	0,2%
Construction	7,8%	8,9%	7,4%	4,7%
Commerce; réparation de véhicules automobiles et de motocycles	32,0%	20,2%	16,9%	22,3%
Transports et entreposage	5,0%	4,6%	5,5%	3,0%
Hébergement et restauration	7,3%	4,8%	5,2%	9,0%
Information et communication	2,8%	5,1%	3,4%	3,7%
Activités financières et d'assurance	3,0%	2,9%	4,0%	4,1%
Activités immobilières	3,3%	4,8%	7,4%	5,4%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	5,3%	10,1%	10,8%	9,3%
Activités de services administratifs et de soutien	6,3%	5,3%	6,8%	6,3%
Administration publique; assurances sociales	1,5%	1,7%	2,2%	2,5%
Enseignement	5,5%	5,6%	6,2%	4,9%
Santé humaine et action sociale	5,8%	8,2%	9,2%	6,5%
Arts, spectacles et activités récréatives	1,8%	4,2%	3,7%	3,0%
Autres activités de services	6,0%	5,8%	5,5%	9,8%
Activités de ménages	0,1%	0,8%	0,3%	1,1%
Activités extra-territoriales	0,0%	0,1%	0,0%	0,9%
Total général	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source: ONSS 2011 - Geoconsulting

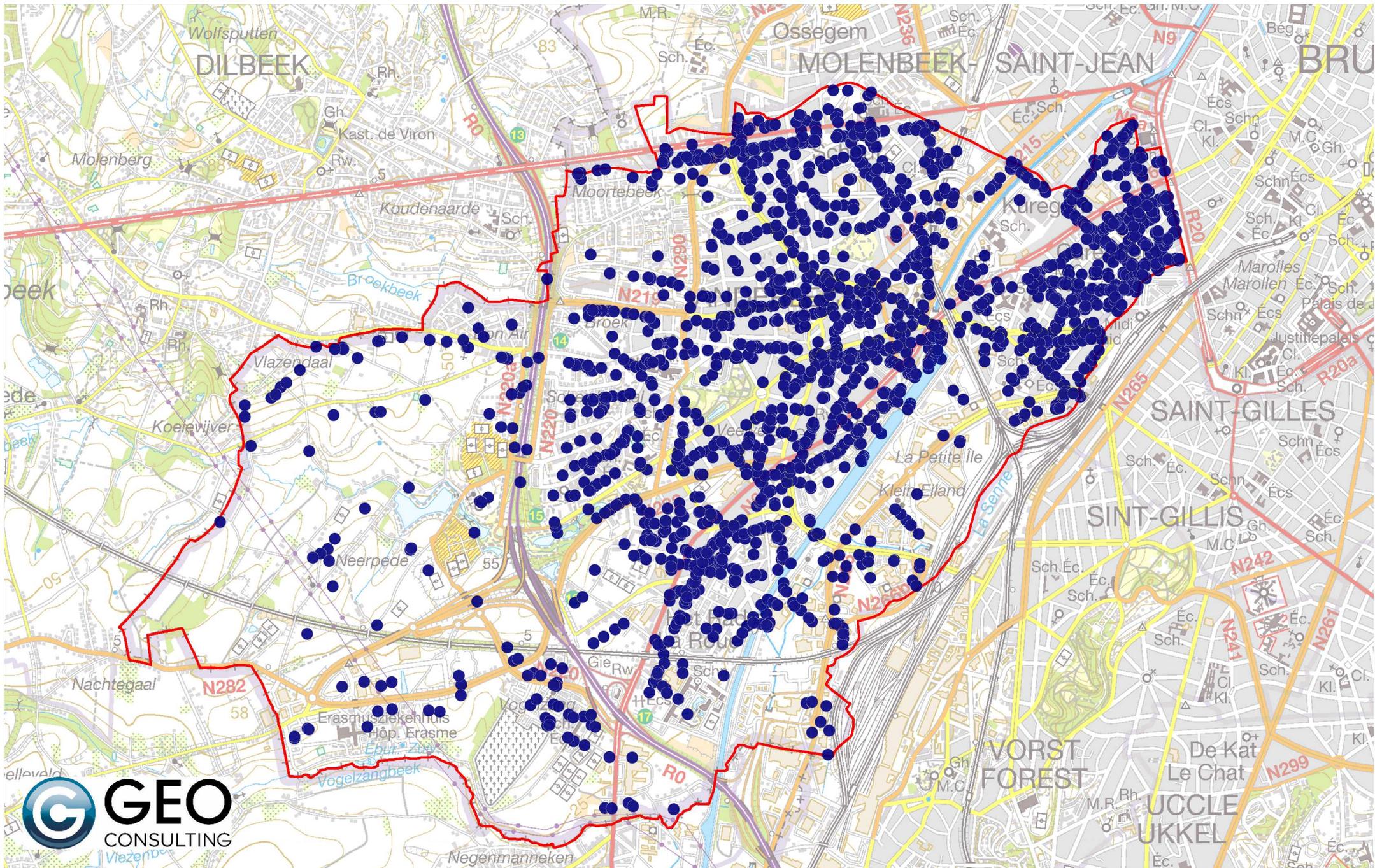


Secteurs Economiques	Anderlecht	Forest	Koekelberg	Bruxelles
Agriculture, Sylviculture et pêche	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%
Industries extractives	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Industrie manufacturière	6,5%	6,0%	5,5%	3,2%
Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Production et distribution d'eau; assainissement, gestion des déchets et dépollution	0,1%	0,7%	0,0%	0,2%
Construction	7,8%	8,9%	7,4%	4,7%
Commerce; réparation de véhicules automobiles et de motocycles	32,0%	20,2%	16,9%	22,3%
Transports et entreposage	5,0%	4,6%	5,5%	3,0%
Hébergement et restauration	7,3%	4,8%	5,2%	9,0%
Information et communication	2,8%	5,1%	3,4%	3,7%
Activités financières et d'assurance	3,0%	2,9%	4,0%	4,1%
Activités immobilières	3,3%	4,8%	7,4%	5,4%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	5,3%	10,1%	10,8%	9,3%
Activités de services administratifs et de soutien	6,3%	5,3%	6,8%	6,3%
Administration publique; assurances sociales	1,5%	1,7%	2,2%	2,5%
Enseignement	5,5%	5,6%	6,2%	4,9%
Santé humaine et action sociale	5,8%	8,2%	9,2%	6,5%
Arts, spectacles et activités récréatives	1,8%	4,2%	3,7%	3,0%
Autres activités de services	6,0%	5,8%	5,5%	9,8%
Activités de ménages	0,1%	0,8%	0,3%	1,1%
Activités extra-territoriales	0,0%	0,1%	0,0%	0,9%
Total général	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

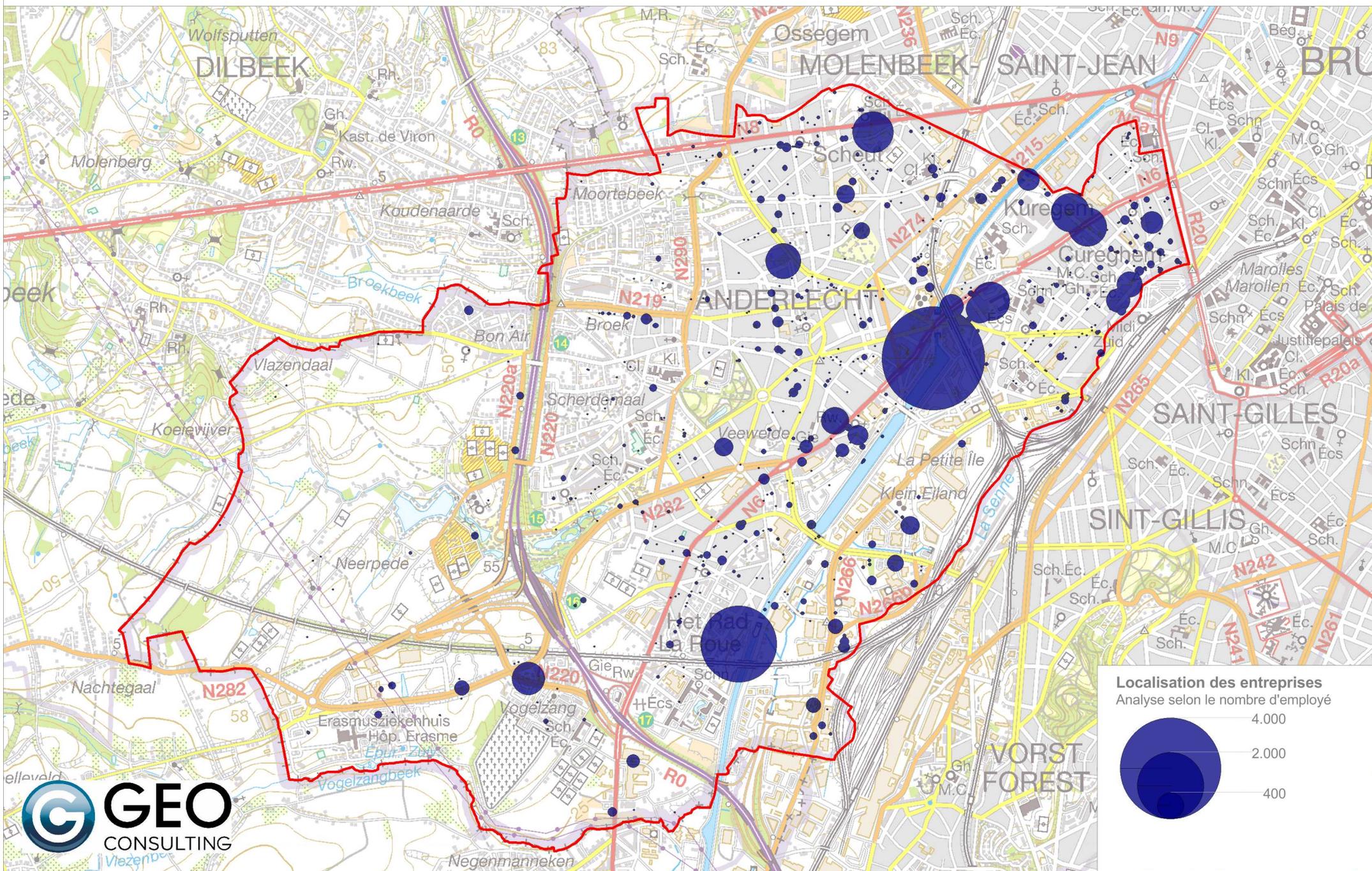
Source: ONSS 2011 - Geoconsulting



Localisation des entreprises dans la commune d'Anderlecht



Localisation des entreprises dans la commune d'Anderlecht



D. Mobilité et accessibilité

1. Macro-accessibilité

a) *Délimitation de l'accessibilité : courbes isochrones*

Les courbes d'accessibilité permettent de se faire une première idée de la zone de chalandise potentielle d'un pôle commercial.

Elles sont représentées par des lignes (courbes) qui relient l'ensemble des points accessibles en un certain temps depuis le pôle commercial.

Le temps calculé repose sur un trajet en voiture dans des conditions normales de circulation.

Dans le cas d'Anderlecht, les isochrones de 10, 15 et 20 minutes sont tracées et permettent d'intégrer une ville telle que Halle (en 10 minutes) ou Aalst (en 20 minutes). Les comportements des consommateurs et la localisation d'autres pôles commerciaux concurrents limitent l'extension.

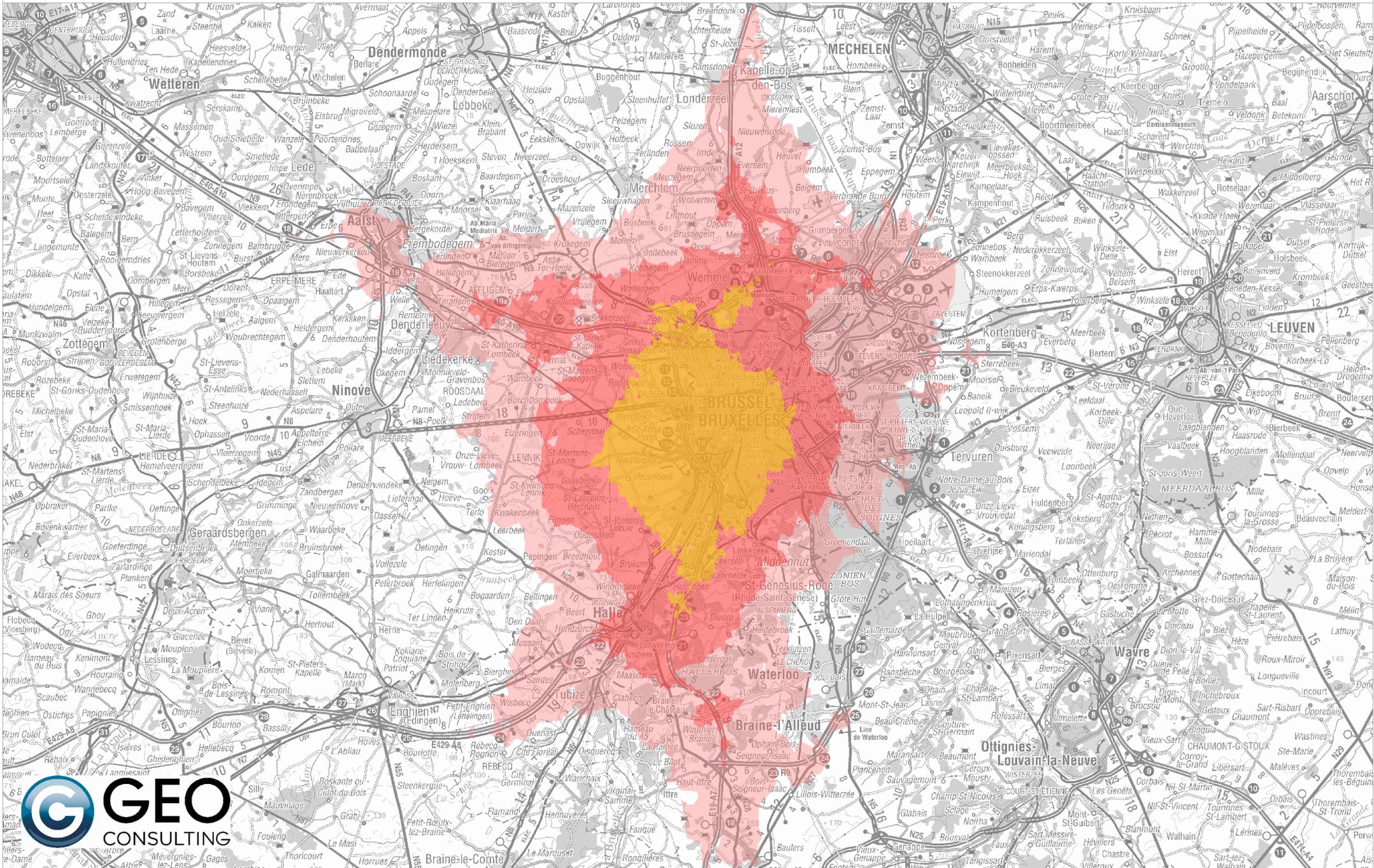
- ✚ Vers l'Ouest, la zone 20 minutes atteint Aalst.

- ✚ Vers le Nord, l'isochrone 15 minutes atteint Wemmel.

- ✚ Vers l'Est, l'isochrone 20 minutes couvre Melsbroek et Groenendaal.

- ✚ Vers le Sud, la zone 20 minutes s'étire jusque Waterloo et Braine-l'Alleud.

Accessibilité 10, 15 et 20 minutes



b) Délimitation de l'accessibilité : courbes d'équiprobabilité de fréquentation

Les courbes d'équiprobabilité de fréquentation permettent également de se faire une première idée de la zone de chalandise potentielle d'un pôle commercial.

Elles sont représentées par des lignes (courbes) qui relient l'ensemble des points accessibles en un certain temps depuis le pôle commercial tout en étant limité par les autres pôles concurrents. Le point de rencontre des isochrones à chaque pôle forme la courbe d'équiprobabilité de fréquentation sur laquelle on est aussi proche d'un pôle que de l'autre.

Le temps calculé repose sur un trajet en voiture dans des conditions normales de circulation.

Les pôles limitants pour cette analyse sont les pôles de centre-ville ou de shopping center de taille à concurrencer les pôles commerciaux d'Anderlecht (Bruxelles centre-ville, Ixelles, Saint-Gilles et Woluwé Shopping Center).

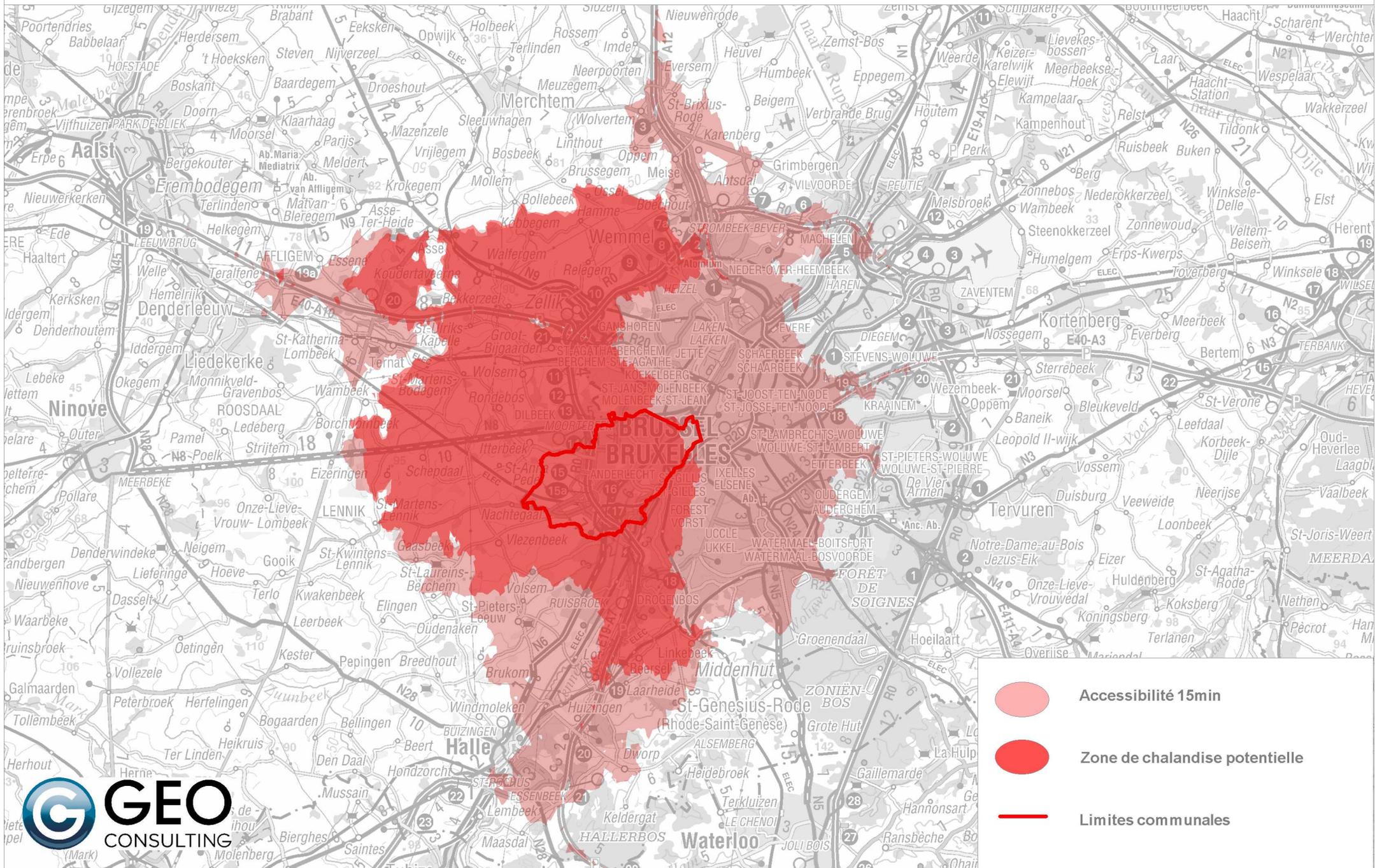
- ❏ Vers l'Ouest, la zone 15 minutes est limitée par la distance aux pôles commerciaux.

- ❏ Vers le Nord, la zone 15 minutes atteint Wolsem.

- ❏ Vers l'Est, la zone est limitée par le centre-ville de Bruxelles, par Ixelles ainsi que Saint-Gilles.

- ❏ Vers le Sud, la zone s'étire jusqu'à Drogenbos.

Zone de chalandise potentielle et accessibilité



c) Structure de la population de la zone d'attraction

La zone d'attraction de la ville d'Anderlecht totalise plus de 220.000 habitants.

Au cours de la dernière décennie, l'ensemble de la zone a enregistré une croissance démographique équivalente à celle de Bruxelles.

La structure par âge de la zone est assez proche de la structure bruxelloise, bien que la part des plus de 65 ans soit légèrement plus importante à Anderlecht.

Enfin, le niveau de vie de la population de la zone de chalandise est sensiblement supérieur à celui de la moyenne bruxelloise puisque le revenu moyen par habitant dans l'ensemble de la zone est supérieur de près d'un cinquième à la moyenne bruxelloise.

	Zone 0-15 min	Bruxelles	Indice comparatif Zone de chalandise / Bruxelles
Population	226.851	1.044.340	6.58%
Evolution démographique décennale	9,58%	9,48%	Différentiel : 0.10%
Ménages	100.029	506.048	19,77%
Taille moyenne des ménages	2,27	2,06	1,10
Moins de 18 ans	21.76%	21,88%	0,98
De 18 à 64 ans	59.69%	63,6%	0,98
Plus de 65 ans	18.52%	14,51%	1,10
Revenu moyen par habitant, en k€	15.245,62	12.832,03	1,19

Caractéristiques de la population dans la zone d'attraction et comparaison avec la Région Bruxelloise

Sources : INS

d) Comparaison des zones potentielle et effective

La comparaison des zones de chalandise potentielle et effective révèle de nombreuses divergences spatiales : vers le Nord, la zone potentielle s'étire davantage, atteint Wolvertem et tire vers Grimbergen. De même vers le Sud, la zone potentielle s'étend davantage que la zone effective et atteint Halle et Essenbeek.

Vers l'Est, la zone de chalandise d'Anderlecht pourrait englober approximativement toutes les localités de la région Bruxelles-Capitale. Mais gardons à l'esprit que le rayonnement de Bruxelles-Capitale est important et que la concurrence l'est aussi.

Vers l'Ouest, Anderlecht pourrait légèrement accroître sa zone de chalandise vers Ternat et Terafene. Et ainsi augmenter son potentiel clients de plus de 10.000 habitants.

Vers le sud, La zone de chalandise effective pourrait s'étendre jusqu'à Halle et Dworp, ce qui représente une augmentation de plus de 45.000 personnes, soit environ 20% d'augmentation de son potentiel chalandis effectif.

La zone de chalandise effective rassemble moins d'habitants que la zone potentielle. Ce qui laisse entrevoir pour Anderlecht des possibilités de développement relativement importantes. La structure démographique entre les deux zones est sensiblement la même, bien que la part des plus de 65 ans soit légèrement plus importante dans la zone effective. Autre point notable, le revenu moyen par habitant est plus élevé dans la zone effective que dans la zone potentielle.

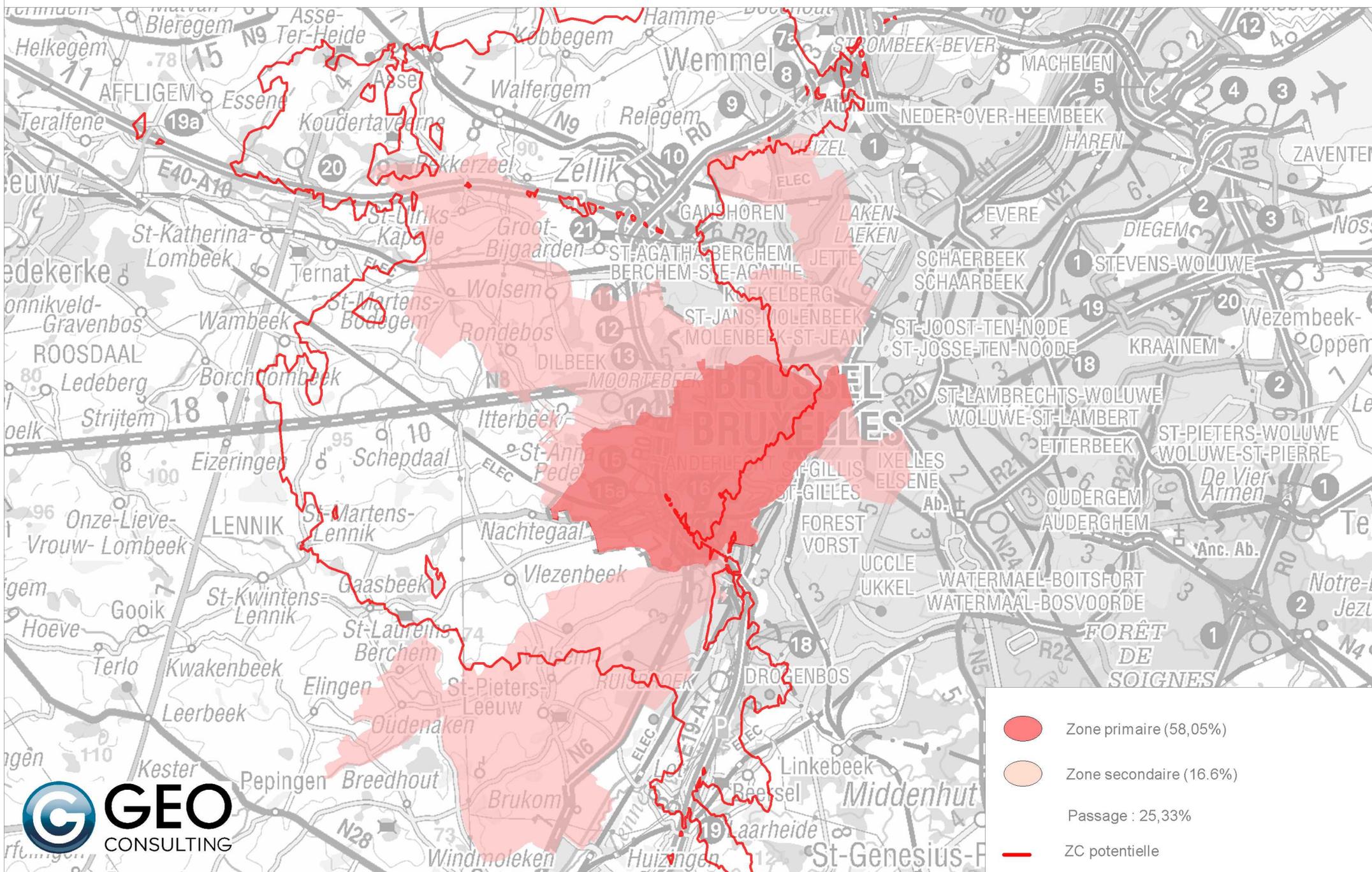
	ZC Potentielle	ZC effective
<i>Population</i>	1.104.450	226.851
<i>Evolution démographique décennale</i>	9,23%	9,58%
<i>Ménages</i>	524.328	100.029
<i>Taille moyenne des ménages</i>	2,11	2,27
<i>Moins de 18 ans</i>	21,76%	21.76%
<i>De 18 à 64 ans</i>	63,5%	59.69%
<i>Plus de 65 ans</i>	14,72%	18.52%
<i>Revenu moyen par habitant, en k€</i>	13.382,64	15.245,62

Comparaison des caractéristiques socio-démographiques des zones de chalandise potentielle et effective

Sources : INS

La carte suivante permet de visualiser la zone de chalandise effective d'Anderlecht, à travers son emprise commerciale, ainsi que la zone de chalandise potentielle, à travers la zone d'équiprobabilité de fréquentation 15 minutes.

Comparaison zones de chalandise potentielle et réelle



2. Micro-accessibilité

a) *Mobilité générale*

La mobilité et l'accessibilité ont tous deux un rôle très important dans la vie commerciale d'un quartier, d'une ville, d'une Région. Il est primordial pour les commerçants que les usagers puissent se rendre d'un point à un autre en empruntant le mode de transport le plus rapide, fiable et efficace. L'aménagement du territoire est une réponse partielle à cette problématique. En effet en installant stratégiquement certaines activités, on peut réduire une part des déplacements, C'est notamment un rôle que le commerce de proximité peut jouer facilement.

La ville d'Anderlecht dans son plan Communal de Déplacement (PCD), approuvé en 2004, émet le souhait de transformer la relation de concurrence existante entre les différents modes de transports en un partenariat efficace pour les usagers. Le PCD décrit la volonté de la ville d'Anderlecht de réduire de 20% le trafic routier, notamment en limitant le trafic entrant via les grands axes de circulation en fonction du débit que les rues en aval peuvent supporter effectivement, afin d'éviter la saturation du trafic. Des aménagements de voiries sont prévus dans ce but au PCD. Par exemple :

Chaussée de Mons	<ul style="list-style-type: none">* Réduction à 1 bande en entrée de ville plus 1 bande Bus entre le carrefour Leemans et l'avenue Van Laer.* En amont, même profil lorsque la bande Bus sera mise en œuvre sur Sint-Pieters-Leeuw.* Placer signalisation du P Ceria + Arrêt minute* Modifier la signalisation, directionnelle: "Centre" via Ring et Boulevard Industriel "Anderlecht centre" via Chaussée de Mons
Route de Lennik	<ul style="list-style-type: none">* Placer signalisation du P Métro au rond-point H. Simonet.* Créer entrée du P Erasme sur le Bd Simonet, près du rond-point.* Pas de dosage du trafic avant le rond-point H. Simonet (car accès Ring et Métro) mais dosage relatif par réduction à 2 x 1 bande après le rond-point H. Simonet* Prolonger le principe 2 x 1 bande sur Maurice Carême.
Chaussée de Ninove entre Ring et Mettwie	<ul style="list-style-type: none">* Site propre transport public et deux bandes de circulation dans chaque sens, dont une pour les vireurs à gauche aux carrefours (projet à l'étude - Beliris)* Dosage du trafic entrant réalisable à l'aide des feux aux carrefours Paloke et Poésie mais de préférence sur la chaussée de Ninove en Flandre (1 bande trafic+ 1 bande bus par sens) et sur les bretelles de sortie du Ring (bandes supplémentaires pour stocker les voitures avant les feux de la ch. De Ninove).* Dosage nécessaire pour éviter la congestion au carrefour Grande Ceinture, tout en maintenant du stationnement pour les commerces.

Avenue d'Itterbeek	<ul style="list-style-type: none"> * Risque de report de trafic de la chaussée de Ninove lors du réaménagement de celle-ci ➔ Mesures de modération des vitesses sur la ch d'Itterbeek (école Van Belle) ➔ Aménagement du carrefour Luizemolen-Craps ➔ Bande bus sur le pont du Ring et dans la descente du Bd Bracops vers S Dupuis.
Rue de la Petite Île	<ul style="list-style-type: none"> * Dosage possible sur le Bd Industriel au carrefour Industriel – Petite Ile (feu à placer) * Dans rue des deux Gares, réserver une bande vers Midi aux bus + vélos ➔ Eviter la congestion au carrefour Vétérinaires (plus nuisible car en milieu urbain dense)

Tableau 1 - Doser le trafic entrant dans la Région.
Source : PCD

Dans l'objectif d'une amélioration constante de la mobilité à Anderlecht, il est prévu pour le centre-ville d'améliorer l'accessibilité automobile, tout en contournant la Place de la Vaillance par une boucle complète donnant accès aux parkings. Cette boucle permet alors de ne pas engorger le centre-ville tout en conservant un accès facile et à proximité pour les automobilistes au centre-ville d'Anderlecht.

Le plan communal pour le centre-ville il est prévu de piétonniser la Place de la Vaillance, tout en créant un parking souterrain d'environ 2.800 m² pour environ 250 places voitures minimum, 50 places pour vélos et 50 places pour motos. L'objectif est de redynamiser ce centre-ville en le rendant accessible par tous, ce qui sera bénéfique aux commerces, notamment à ceux de la rue Wayez.

b) Transports en commun

Anderlecht dispose d'une bonne desserte en transport en commun, notamment grâce à la **gare SNCB de Bruxelles-Midi** à proximité immédiate des quartiers Midi et Cureghem. La Gare Bruxelles-Midi est une des gares les plus fréquentées de Belgique et voit chaque jour un flot de 60.000 voyageurs. Elle dispose d'une vingtaine de quais, dont deux réservés uniquement aux trains Eurostar.

De nombreuses lignes sont assurées par des trains à grandes vitesses en direction de l'international : via Thalys vers les principales villes de Belgique, la France, les Pays-Bas, l'Allemagne ; via Eurostar vers la France et l'Angleterre ; via ICE vers la Belgique et l'Allemagne ; via Eurocity vers le Grand-Duché de Luxembourg et vers Amsterdam.

En ce qui concerne les **lignes de bus**, la proximité de la gare SNCB donne au site une réelle accessibilité intermodale. Le réseau **Stib** effectue respectivement les liaisons suivantes :

Via le métro :

Ligne 5 : Station Jacques Brel (Quartier desservi : Birmingham / Scheut)

Aumale (Quartier desservi : Centre)

Saint-Guidon (Quartier desservi : Centre)

Veeweyde (Quartier desservi : Veeweyde)

Bizet (Quartier desservi : La Roue)

La Roue (Quartier desservi : La Roue)

CERIA (Quartier desservi : La Roue)

Eddy Merckx (Quartier desservi : Vogelenzang)

Erasme (Quartier desservi : Vogelenzang)

Ligne 2 et 6 : Clemenceau (Quartier desservi : Cureghem)

Delacroix (Birmingham)

Via les bus :

Ligne 46 : 17 arrêts (Quartiers desservis : Cureghem, Centre, Meir, Scherdemael, Bon Air, Broeck, Moortebeek)

Ligne 49 : 13 arrêts (Quartiers desservis : Zoning industriel, Veeweyde, Meir, Centre, Scheutveld)

Ligne 75 : 13 arrêts (Quartiers desservis : Bon Air, Broeck, Scherdemael, Meir, Veeweyde, La Roue)

Ligne 78 : 10 arrêts (Quartiers desservis : Cureghem, Petite Île, Zoning industriel)

Ligne 89 : 8 arrêts : (Quartiers desservis : Birmingham, Scheut, Scheutveld, Broeck)

Ligne 98 : 2 arrêts (Quartiers desservis : Zoning industriel, La Roue)

Ligne 81 (journée) / 31 (soirée) : 14 arrêts (Quartiers desservis : Cureghem, Centre, Meir, Quartier des étangs).

Notons par ailleurs que plusieurs lignes du *réseau De Lijn* desservent la gare Bruxelles-Midi et Anderlecht. Ces lignes sont les suivantes :

Ligne 116 : Bruxelles-Midi - Ternat ;

Ligne 117 : Bruxelles-Midi – Dilbeek (Rondenbos) ;

Ligne 118 : Bruxelles-Midi – Schepdaal ;

Ligne 126 : Bruxelles-Nord – Ninove centre ;
Ligne 127 : Bruxelles-Nord – Ninove centre ;
Ligne 128 : Bruxelles-Nord – Ninove centre ;
Ligne 129 : Bruxelles-Nord – Dilbeek (Zuurweide) ;
Ligne 136 : Bruxelles-Nord – Alsemberg ;
Ligne 137 : Bruxelles-Nord – Alsemberg ;
Ligne 140 : Bruxelles-Midi – Gooik (Leerbeek stelplaats) ;
Ligne 141 : Bruxelles-Midi – Gooik (Leerbeek stelplaats) ;
Ligne 142 : Bruxelles-Midi – Gooik (Leerbeek stelplaats) ;
Ligne 144 : Bruxelles-Midi – Gooik (Leerbeek stelplaats) ;
Ligne 145 : Bruxelles-Midi – Gooik (Leerbeek stelplaats) ;
Ligne 153 : Anderlecht (La Roue) – Ninove via Alsemberg ;
Ligne 154 : Anderlecht (La Roue) – Halle AZ St-Maria ziekenhuis ;
Ligne 155 : Anderlecht (La Roue) – Halle AZ St-Maria ziekenhuis ;
Ligne 170 : Bruxelles-Midi – Halle station ;
Ligne 171 : Bruxelles-Midi – Halle station ;
Ligne 810 Dilbeek (moermanslaan) – Halle station.

Le réseau interne de bus et de métro permet à Anderlecht d'être relié et de relier facilement les autres communes composant la Région Bruxelles-Capitale. Les lignes extérieures ainsi que le réseau ferré permettent de relier les villes Belges ainsi que des grandes villes internationales

c) Accessibilité routière

L'accessibilité routière peut être considérée comme très bonne. Elle bénéficie en effet :

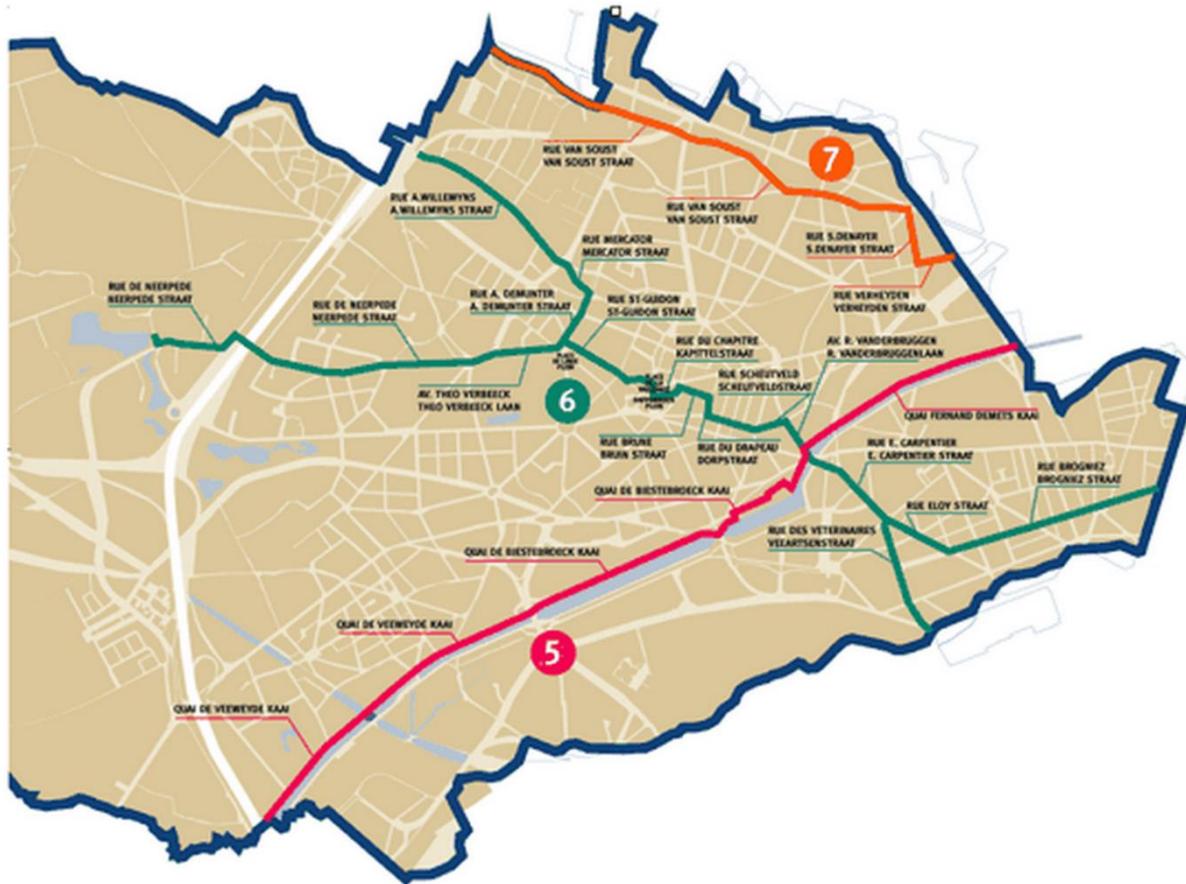
- de la proximité immédiate de la sortie de l'E19, l'E40, l'A10, la N8, la N6, la N290 et la N282 ;
- de la proximité de nombreux parkings publics ;
- de la présence du parking de dissuasion Ceria et Erasme.

d) Piétons

Les cheminements des piétons, sécurisés par la présence de trottoirs, ne pose guère de problèmes au niveau des différents pôles et de leurs abords.

En ce qui concerne les cheminements cyclistes, en 1993 la Région Bruxelles-Capitale s'est donné pour objectif de réaliser un réseau d'itinéraires cyclables régionaux (I.C.R.), composé de 16 itinéraires radiaux, dont 3 traversent Anderlecht :

- L'I.C.R. 5 d'une longueur de 14 km, il débute à Vilvorde et rejoint Drogenbos en passant le long du canal. Il permet de traverser le carrefour Chaussée de Mons / rue Wayez et le pont de Cureghem.
- L'I.C.R. 6 d'une longueur de 11 km, il traverse le centre de la commune d'Anderlecht.
- L'I.C.R. 7A d'une longueur de 11 km, il traverse Anderlecht par la rue Van Soust et rejoint Ninove.



Le réseau d'itinéraires cyclables régionaux compte également trois itinéraires concentriques, dont deux passent par Anderlecht :

- La rocade A, parallèle aux boulevards Poincaré et du Midi.
- La rocade B, provenant de Molenbeek-Saint-Jean et menant à Forest via la rue de l'Orphelinat.

D'autres itinéraires cyclables existent à Anderlecht :

- Un axe reliant le boulevard Mettwie et la Chaussée de Ninove à la zone de loisirs de Neerpede via le boulevard de la Grande Ceinture, le boulevard Mara Groenlinckx de May e le boulevard Sylvain Dupuis.
- Un axe reliant la gare du Midi au boulevard Paepsem via la rue Bara et le boulevard Industriel
- Un axe reliant la chaussée de Mons au boulevard J. Leemans.

On notera, par ailleurs, que les dispositifs de stationnement pour vélos sont présents à chaque station de métro ainsi qu'à l'hôtel communal et sur la place Bizet.

En ce qui concerne les cheminements des PMR (Personnes à Mobilité Réduite), ils ont déjà été améliorés à certains endroits (dont le Plateau de la gare). Il conviendra donc de continuer

d'améliorer l'accessibilité des espaces publics pour les PMR, ce qui est prévu, notamment, dans le cadre des projets de réaménagements des espaces publics en centre-ville.

e) Stationnement

La commune d'Anderlecht s'est dotée d'un Plan Communal de Stationnement qui divise la commune en 8 secteurs, que sont : le secteur Ouest, le secteur La Roue, le secteur Cureghem, le Secteur Scheut, le secteur Centre, le secteur Bracops, le secteur Moortebeek et le secteur Industriel.

Il existe au sein de ces 8 secteurs, 4 zones distinctes qui régissent le stationnement à Anderlecht : la zone rouge, la zone verte, la zone bleue et la zone Astrid.

- ❑ La zone rouge : Stationnement payant sauf pour les détenteurs d'une carte de personne handicapée (qui doit être présentée sur le tableau de bord de manière à ce que la date de validité soit apparente).
Durée maximale de stationnement : 2h
Tarif : 1^{ère} heure 1€, 2^{ème} heure 2€.
- ❑ La zone verte : Stationnement payant sauf pour les détenteurs d'une carte habitant, d'un abonnement, d'une carte de personne handicapée qui doit être présentée sur le tableau de bord de manière à ce que la date de validité soit apparente).
Durée maximale de stationnement : 4h30
Tarif : 1€/heure
- ❑ La zone bleue : Stationnement gratuit moyennant l'usage du disque européen de stationnement. La flèche du disque doit être positionnée sur le trait qui indique l'heure de l'arrivée.
Durée maximale de stationnement : 4h30
- ❑ La zone Astrid : Activée lors des matchs du RSCA. Gratuité du stationnement pour les détenteurs d'une carte habitant.
En zone rouge et verte autour du parc Astrid et conformément aux modalités figurant sur les horodateurs concernés, la durée de stationnement payant est prolongée de 18h à 24h du lundi au samedi. Le dimanche, la zone est activée dès 12h jusqu'à 24h.
Tarif : 5€/heure

L'objectif de ce plan communal de stationnement est d'alléger le poids du stationnement dans certains quartiers anderlechtois mais aussi :

- D'améliorer l'accessibilité des commerces, entreprises et services ;
- De donner la priorité au stationnement des habitants dans les quartiers résidentiels ;
- E valoriser les espaces publics ;

- D'encourager une utilisation rationnelle de la voiture.

De plus des alternatives sont mises en place pour éviter le tout à l'automobile

- ⇒ Développement des transports publics ;
- ⇒ Améliorations des itinéraires cyclables et des trottoirs ;
- ⇒ Mise en place de systèmes de voitures partagées et de vélos en libre-service ;
- ⇒ Parking de dissuasion Ceria et Erasme.

3. Recommandations en termes de mobilité

Sur base des analyses précédentes plusieurs recommandations semblent déjà émerger, en voici les principales :

- Parking souterrain en centre-ville (privilégiant le stationnement de courte durée)
- Des parkings de grande capacité aux abords du centre (privilégiant le stationnement longue durée)
- Privilégier du stationnement souterrain, sécurisé et rapide => Augmentation de l'offre de parkings publics à un coût inférieur à celui du stationnement en surface.
- Privilégier la complémentarité entre les différents modes de transport (et limiter la concurrence entre eux)
- La revalorisation des modes actifs au sein du centre-ville
- Pour le transport de marchandises (14% du trafic régional total) :
 - A moyen terme l'objectif est de réduire et optimiser les mouvements des transporteurs de marchandises dans la région en groupant les flux, de promouvoir le report modal vers les voies d'eau et les voies ferrées.

- A long terme : promouvoir l'approvisionnement local, faire office d'exemplaire en matière de transports de marchandises, utiliser au maximum des modes de transports moins polluants et moins générateur d'embouteillages.

E. Cadre et aménagements urbains

1. Principaux enjeux urbanistiques

Sans rentrer dans les détails et sur base du contexte commercial de ce rapport, les principaux enjeux urbanistiques qui semblent ressortir des analyses présentent, pôle par pôle, sont :

Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Centre-Wayez



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



La principale artère commerçante d'Anderlecht qui est centrée sur la place de la Résistance et certaines rues avoisinantes. Reliant le canal au centre d'Anderlecht.

Situation de droit	
Affectation	- Zone mixte rue Wayez séquence à proximité du canal, - Zone d'habitation séquence à proximité place de la Vaillance, - Lisières de noyau commercial long de la rue Wayez.
PPAS	PPAS « Pont de Cureghem » en cours d'abrogation.
Autres	Rénovation urbaine ancienne zone contrat de quartier. Non active.
Projet	PPAS Biestebroek en cours d'élaboration
Contexte bâti	
Type bâtiments	Immeuble à appartement de style éclectique
Hauteurs	R+2+T- R+3+T
Entrée	Distincte commerce et habitation
Linéaires façades	Moyenne façades petites – 5 mètres
Projet	2008 réaménagements de la rue et des places attenantes contrat de quartier Aumale Wayez.
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Moyen à bon (contraste entre la qualité des places de la Résistance et Vaillance)
Qualité trottoir	Faible
Cheminement piéton accès commerces	Piéton : faible : conflit entre étales des commerces et circulation piétonne Traversée : Moyenne Accès PMR : faible
Plantation/éclairage/ambiance urbaine	Plantation : aucune Eclairage : moyen Ambiance urbaine : assez dégradé, hétérogénéité des bâtiments, juxtaposition de fonctions
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Longitudinal voirie
Contexte transport en commun	
Accessibilité TC	Arrêt Saint guidons STIB M 5 / T 81 / Bus 46 49 // De Lijn 116 117 118 140 810 Arrêt Résistance STIB T 81 / Bus 46 49 // Arrêt Douvres STIB T 81 / Bus 46
Station Vilo	CUREGHEM / KUREGEM - AV RAYMOND VANDER BRUGGEN / VANDEN BRUGGENLAAN
Projet	Projet gare RER Projet STIB : aménagement de la rue Wayez en vue de sa piétonisation (Espace et mobilité a remporté la mission-2015) Etude de mobilité relative au renouvellement des voies de tram rue Wayez (Stratec 2013)
Les actions du PCD	
<p>Dynamiser la rue Wayez L'aménagement d'une future gare RER au Pont de Cureghem pourra engendrer une nouvelle dynamique commerciale rue Wayez dans la mesure où une clientèle non locale pourrait se manifester.</p> <p>Faire du square Emile Vandervelde une articulation de qualité, entre le Centre, Cureghem et Canal-Sud - promouvoir un développement urbain dense et mixte autour du site de la gare en prévision de l'ouverture prioritaire de cette gare o améliorer et sécuriser les traversées piétonnes (y compris PMR) et cyclistes en les matérialisant par des aménagements particuliers ; o ralentir et gérer les flux automobiles en réduisant l'emprise des voies automobiles et en laissant une plus large place aux transports en commun ; o réduire les flux de voitures sur le pont de Cureghem, faisant partie de l'axe de la chaussée de Mons, qui est une voirie interquartier ;</p>	

o agrandir et donner un réel statut d'espace multimodal (création d'un espace partagé) et d'agrément au square E. Vandervelde (aménager les arrêts de bus et de tram, faire le lien avec le futur accès à la gare RER et le mettre en lien avec le Parc Crickx, le bassin de Biestebroek et la rue Wayez) ;

o implanter des commerces, loisirs et services au niveau du square E. Vandervelde, au pied de la future gare RER et à ses abords et établir un continuum avec la rue Wayez ;

o améliorer la signalétique vers le centre d'Anderlecht,

Mettre en valeur des linéaires commerçants

Concrètement il s'agit, en partenariat avec Atrium, de travailler avec les commerçants sur leurs enseignes, les types de produits et services offerts, leur diversité et les concurrence.

Complémentaire, il s'agira de s'appuyer sur des éléments d'échelle métropolitaine pour développer l'activité commerciale :

--> au square Emile Vandervelde, ou un linéaire complémentaire est à établir entre la future gare RER et l'extrémité de la rue Wayez .

Le master plan du PPAS Biestebroek

rue Wayez, une artère commerciale qui rayonne au-delà de la rive gauche

Le masterplan permet à la rue Wayez de se développer comme un liseré commercial bipolaire. Complémentaire à la place de la Vaillance à Saint-Guidon, l'îlot situé sur la tête du Bassin de Biestebroek est développé comme un nouveau pôle multifonctionnel de dimension supracommunale, équipé de commerces dont le mix proposé soutient celui en place rue Wayez. La rue Wayez fait donc partie intégrante de la vision et participe à la dynamique urbaine de la nouvelle centralité développée sur la tête du bassin de Biestebroek.

Le projet propose de repenser la mobilité afin de pouvoir donner à la rue Wayez un profil de rue commerçante sur laquelle la circulation est restreinte au bénéfice des commerces. Par la réorganisation des circulations sur le carrefour situé sur le pont de Cureghem, le projet prévoit l'aménagement d'un espace public multimodal (bus + tram + RER) clairement organisé et de qualité, et ce dans le prolongement de la rue Wayez. Le renfort de l'accessibilité ne se limite pas aux transports publics et les modes doux. Un parking souterrain est prévu sous l'îlot de la tête du bassin de Biestebroek en lien direct avec les commerces de la rue Wayez. Le parking propose une occupation mixte public/privé de manière à tirer profit des usages partagés et différenciés dans le temps entre l'activité commerciale, résidentielle, et les équipements liés aux développements sur l'îlot même. L'implantation de ces nouvelles fonctions complémentaires dans le périmètre renforce l'attractivité du quartier à l'échelle urbaine et met en valeur la rue Wayez.

Un site propre tram/bus dans la rue Wayez entre le Canal et la Rue du Bronze pour augmenter la vitesse commerciale du transport en commun et pour rendre plus agréable et confortable les parcours piétons entre le liseré commercial de la rue Wayez et le nouveau développement à la tête de Biestebroek.

Atouts

- La qualité de l'aménagement des places ;
- Belle rue commerçante (diversité des enseignes) ;
- Qualité patrimoniale des immeubles ;
- La bonne desserte en transports en commun ;
- Le nombre de projets à venir ;
- L'aménité urbaine de la rue ;
- Le cadre urbain.

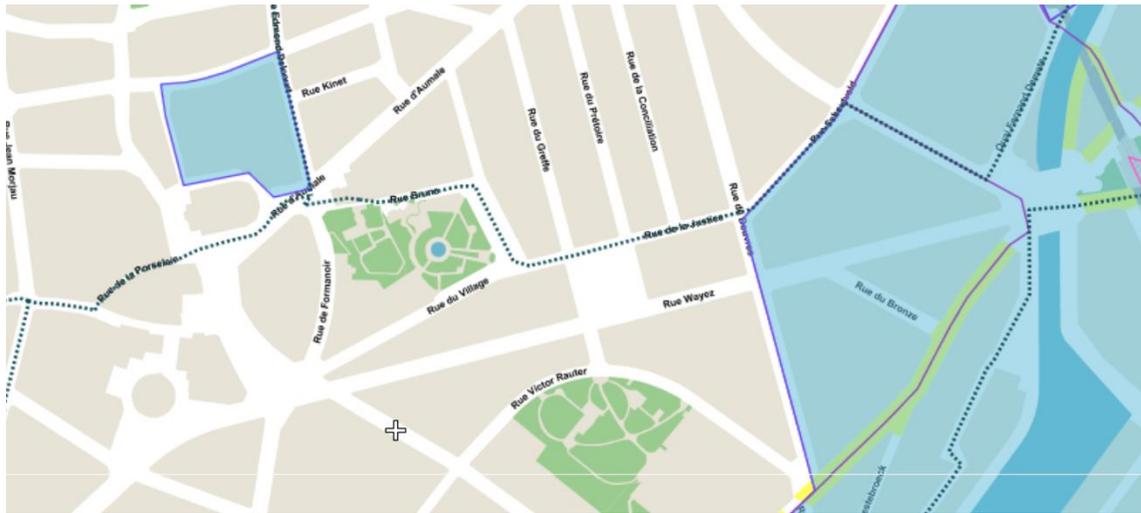
Contraintes

- Circulation automobile ;
- Stationnement ;
- La vacance ;
- Aménagement cyclable ;
- Façades et enseignes.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- Aménagement entrée de ville rue Wayez – canal- square Gare RER ;
- Entrée de ville (depuis RER) ;
- Réaménagement pôle multimodale ;
- Relier l'axe commerçant au futur pôle de gare RER ;

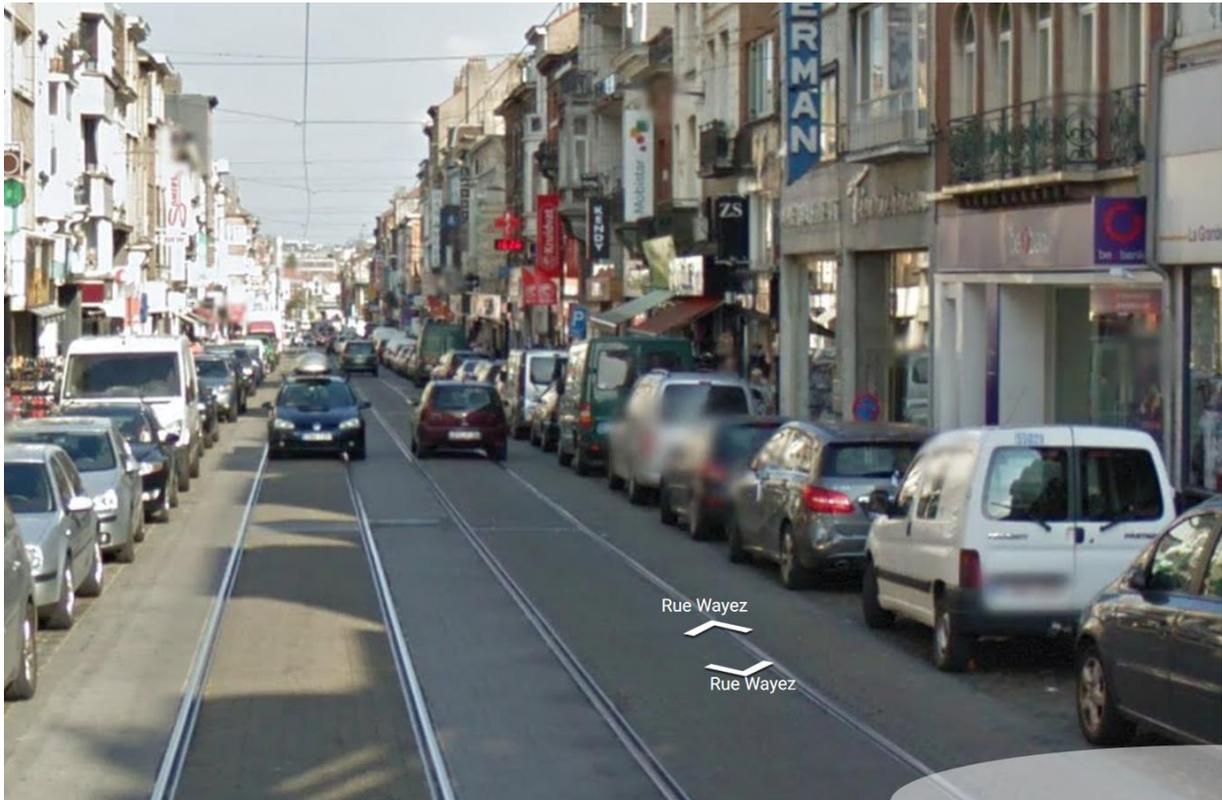
- ⇒ Repenser le stationnement en voirie poche de stationnement en amont et aval de la rue ;
- ⇒ Piste cyclable et mobilier de stationnement ;
- ⇒ Proposer un site en voie propre ;
- ⇒ Accentuer le piétonnier ;
- ⇒ Politique de livraison (horaires et emplacements) ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Signalétique avec les autres pôles du centre ;
- ⇒ Identité piétonne intégré dans la boucle piétonne du centre ;
- ⇒ Renforcement lien abattoirs.



ICR PRAS

Contexte urbain





Entrée canal



Entrée Saint Guidon



Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Cureghem



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



Situation de droit	
Affectation	Espace structurants Rue Ropsy Chaudron /Chaussée de Mons Zone de forte mixte Une partie des abattoirs sont en zone d'équipement Liseré commercial ch mons et chadron Surimpression ZICHEE ¹⁴ Abattoirs et rive sud de la chaussée de Mons
PPAS	PPAS Mons Birmingham en cours d'abrogation
Contexte bâti	
Type bâtiments	Zone mixte bénéficiant d'un bâti de qualité, fort dégradé et d'un tissu mixte (pour partie anciennement industriel). On voit se développer des nouvelles opérations le long de la rue des matériaux
Hauteurs	R+2 +T R+3+T
Entrée	Entrée commerces immeubles séparés
Linéaires façades	Chaudron coté immeuble moyenne entre 8 et 10 m Mons Façades hétéroclite
Projet	Le site des Abattoirs dont le développement est en cours dans le cadre du projet ABATAN. RER en gare de Cureghem
Contexte espace public	
Aménagement	Faible
Qualité trottoir	Faible
Cheminement piéton accès commerces	Piéton : faible : conflit entre étales des commerces et circulation piétonne Traversée : Moyenne Accès PMR : faible
Plantation/éclairage/ambiance urbaine	Plantation : aucune Eclairage : moyen Ambiance urbaine : assez dégradé, hétérogénéité des bâtiments, juxtaposition de fonctions
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Longitudinal voirie Poche de stationnement privé long quai de l'industrie réservé abattoir
Contexte transport en commun	
Accessibilité TC et mode	Arrêt Delacroix : M 2- 6 Villo station Clemenceau
Projet	Pôle Cureghem
Les actions du PCD	
<p>thème Anderlecht métropolitain et rayonnant Projet autour du pont des bassins une profonde mutation à venir dont font partie les abattoirs</p> <p>Renforcer la vocation commerciale du Centre et le mettre en lien avec les autres pôles commerçants de la Commune</p>	

¹⁴ ZICHEE : Zone dont le caractère culturel, historique, esthétique ou d'embellissement présente des qualités particulières et doit être préservé

Régénérer Cureghem

L'ensemble de la zone de Cureghem est un enjeu majeur pour la Commune, et ce pour plusieurs raisons. Trois projets d'envergure métropolitaine encadrent la zone, ce qui préfigure des mutations importantes pour toute la zone :

- la Gare du Midi, pour lequel un Schéma directeur est engagé à l'initiative de la Région ;
- le site de Biestebroeck, de plus de 40 ha et qui va accueillir un programme mixte encadré par un PPAS en cours d'élaboration par la Commune ;
- le site des Abattoirs dont le développement est en cours dans le cadre du projet ABATAN.

Le lieu prioritaire au niveau communal est le square Emile Vandervelde, point de rencontre du Centre, de Canal-Sud et de Cureghem.

Accompagner le projet sur le site des abattoirs (éviter l'isolement de l'infrastructure)

Prendre en compte la halle centrale comme élément majeur de composition urbaine, centre d'une place publique d'importance régionale ;

- créer une liaison forte au Canal afin de mettre en valeur celui-ci, en ce compris le transport de marchandises ;
- prévoir un franchissement du canal vers le boulevard Graindor à l'ouest afin d'améliorer le maillage viaire entre les deux rives ;
- rappeler le tracé de la petit Senne qui parcourt le site ;
- donner un cadre de vie acceptable aux logements qui seront créés sur le site ;
- permettre une utilisation des lieux avec une extension des horaires d'accessibilité, créant une polarité qui soit aussi bien à l'usage des activités économique qu'au profit des habitants actuels et futurs des quartiers environnants.

Mettre le projet en lien avec l'ensemble des projets prévus autour du Canal et de Cureghem ;

- liasonner le site avec la Gare du Midi. Deux itinéraires sont possibles, depuis l'accès de la chaussée de Mons :
 - via la rue Sergent De Bruyne, ce qui implique une attention importante au traitement du croisement rue de Fiennes / Bara / Sergent De Bruyne ;
 - soit par la rue Jorez, l'espace public contigu à la station de métro Clemenceau puis ensuite les rues de Fiennes et Bara, ce qui implique un traitement des croisements ;
- liasonner les activités avec le square Albert 1^{er} afin d'améliorer la connectivité et l'ouverture des sites ;
- créer un nouvel axe fort vers l'Erasmushogeschool et au-delà le square Emile Vandervelde.

Atouts

- Les abattoirs ;
- Un patrimoine bâti ;
- Une desserte optimale en transports en commun ;
- Le nombre de projets à venir (Abattoirs, RER gare de Cureghem, bassin de Biestebroeck et gare du Midi) ;
- L'accessibilité en transport en commun ;
- Perspectives sur le canal.

Contraintes

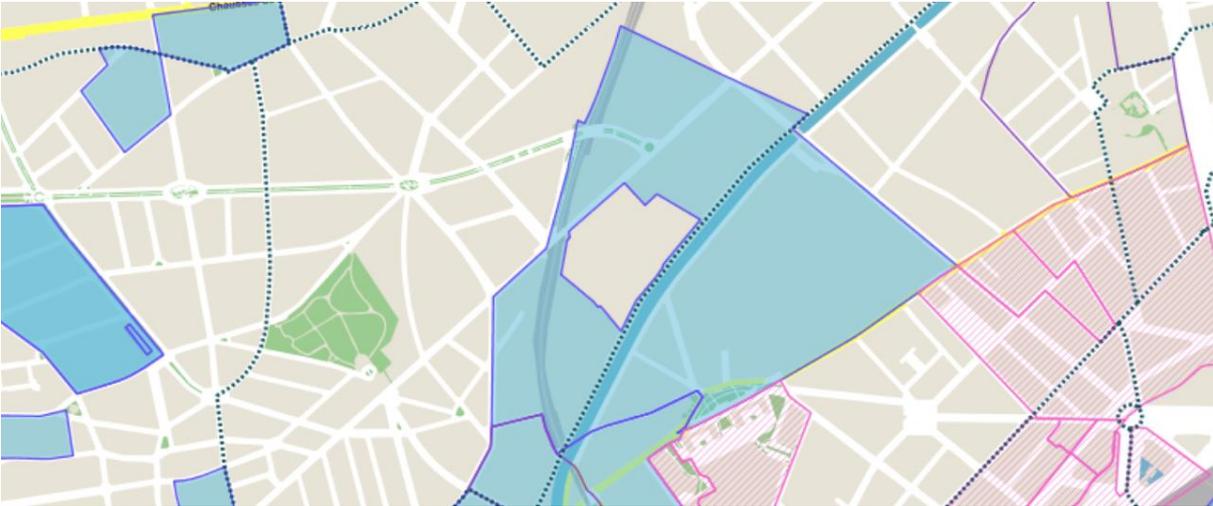
- ⊖ Beaucoup de bâtiments entrepôts dédiés à la voiture et à son entretien (garage, Carwash...) participe au manque d'unité urbaine ;
- ⊖ Circulation routières peu claires ;
- ⊖ Bâti dégradé ;
- ⊖ Vacance commerciale ;
- ⊖ Stationnement ;
- ⊖ Façades et enseignes ;
- ⊖ Propreté ;
- ⊖ Déficit aménagement paysager bord du canal.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Aménagement Chaussée de Mons/ Chaudron intégration voie de bus autonome sur une partie de Chaussée de Mons ;
- ⇒ Améliorer les circulations piétonnes entre le site des abattoirs et les rues adjacentes et les autres quartiers périphériques ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Ouvrir perspective canal ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Signalétique avec les autres pôles du centre ;
- ⇒ Identité piétonne intégré dans la boucle piétonne du centre ;
- ⇒ Renforcement lien abattoirs - rue Wayez – maison communale.

La chaussée de Mons, la rue Eloy, la rue Van Lint sont toutes des voiries support de commerces

Situation de Droit



Contexte urbain



Rue chaudron



Boulevard de l'industrie



Chaussée de Mons



Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Midi



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

La rue de Fiennes entre la Place Bara et la maison communale d'Anderlecht

Situation de droit	
Affectation PRAS	Espaces structurants carrefour Bara Une grande partie en zone d'habitation proximité Place Bara 2 ilots mixtes Zone de mixité Liseré commercial première moitié de la rue de Fiennes en partant de la place Bara. Surimpression ZICHEE ¹⁵
PPAS	PPAS abrogé sous le régime du PRAS
Autres	Rénovation urbaine ancienne zone contrat de quartier. Non active.
Contexte bâti	
Type bâtiments	Immeuble à appartement style néoclassique assez sommaire avec ponctuellement des immeubles des années 50. Bâti dégradé – Homogénéité urbanistique
Hauteurs	R+3+T/ R+2+T deuxième séquence entre maison communale et place au milieu de la rue
Linéaires façades	Moyenne 5 à 8 mètres
Projet	Contrat de quartier conseil 2004-2008-réaménagement voiries
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Moyen
Qualité trottoir	Moyen
Cheminement piéton accès commerces	Piéton : Confortable très/voir trop large (faiblesse des matériaux) Traversée : faiblesse au niveau des arrêts d tramway place communal Accès PMR : faible
Plantation/éclairage/ambiance urbaine	Plantation : rue arboré Eclairage : faible (mobilier désuet) Ambiance urbaine : faible concentré aux deux extrémités Maison communal et Place Bara Les aménagements réalisés dans les contrats de quartier sont en mauvais état. Sauf la Place communal aménagement urbain récent très bien composé mais qui ne fonctionne pas - pas de terrasse installé - l'impact négatif visuel des poubelles.
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Longitudinal voirie continue
Contexte transport en commun	
Accessibilité TC et mode	Arrêt Bara STIB T 81 Arrêt Fiennes STIB T 81 Proximité gare du Midi Metro/2 et 6 tram 3,4, 32, 51, 82 /bus 27 49 50 78
Projet	Projet gare du midi

¹⁵ ZICHEE : Zone dont le caractère culturel, historique, esthétique ou d'embellissement présente des qualités particulières et doit être préservé.

Les actions du PCD

Mettre en valeur des linéaires commerçants

Concrètement il s'agit, en partenariat avec Atrium, de travailler avec les commerçants sur leurs enseignes, les types de produits et services offerts, leur diversité et les concurrences.

Complémentairement, il s'agira de s'appuyer sur des éléments d'échelle métropolitaine pour développer l'activité commerciale : La Commune a mis en place un règlement concernant la « subvention pour le redéveloppement des commerces et du logement dans les noyaux commerciaux » qui permet à un commerçant d'obtenir *une subvention pour la reconstruction ou le réaménagement qu'il effectuerait dans les noyaux commerciaux à renforcer*, soit pour la rénovation du commerce et / ou pour la réhabilitation d'un accès aux étages afin de permettre l'accueil de logements. Cette initiative doit être poussée et encouragée grâce à des échanges avec les commerçants ou prétendants à l'acquisition d'un commerce. Les moyens de communication à mettre en place peuvent être couplés avec l'action d'Atrium qui jouit d'une bonne connaissance et d'une bonne compétence en la matière.

De plus, l'effort fait sur l'agencement de l'espace public en faveur des usagers faibles et des transports en commun accompagne de manière harmonieuse une scénographie urbaine cohérente des espaces commerciaux. Cette mesure s'intéresse à la structuration de l'espace communal grâce aux chaussées historiques qui sont le support de ces linéaires commerçants et prend en compte l'énoncé d'autres mesures comme la Charte des espaces publics.

En offrant des lieux propices tant à la consommation qu'à la flânerie, les linéaires commerçants s'inscriront dans une logique de proximité pour les habitants (limitent ainsi les grands déplacements pour des courses de proximité) mais aussi seront attractifs et structurants à l'échelle régionale.

Accompagner le projet sur le site des abattoirs (éviter l'isolement de l'infrastructure)

Développer des liens avec la rue de Fiennes/ place Bara

Atouts

- ⇒ Qualité aménagement place de l'Hôtel de ville (mobilier, stationnement vélo) ;
- ⇒ La bonne desserte en transports en commun ;
- ⇒ Le nombre de projets à venir à proximité (Gare du Midi et Projet abattoirs) ;
- ⇒ Le cadre urbain.

Contraintes

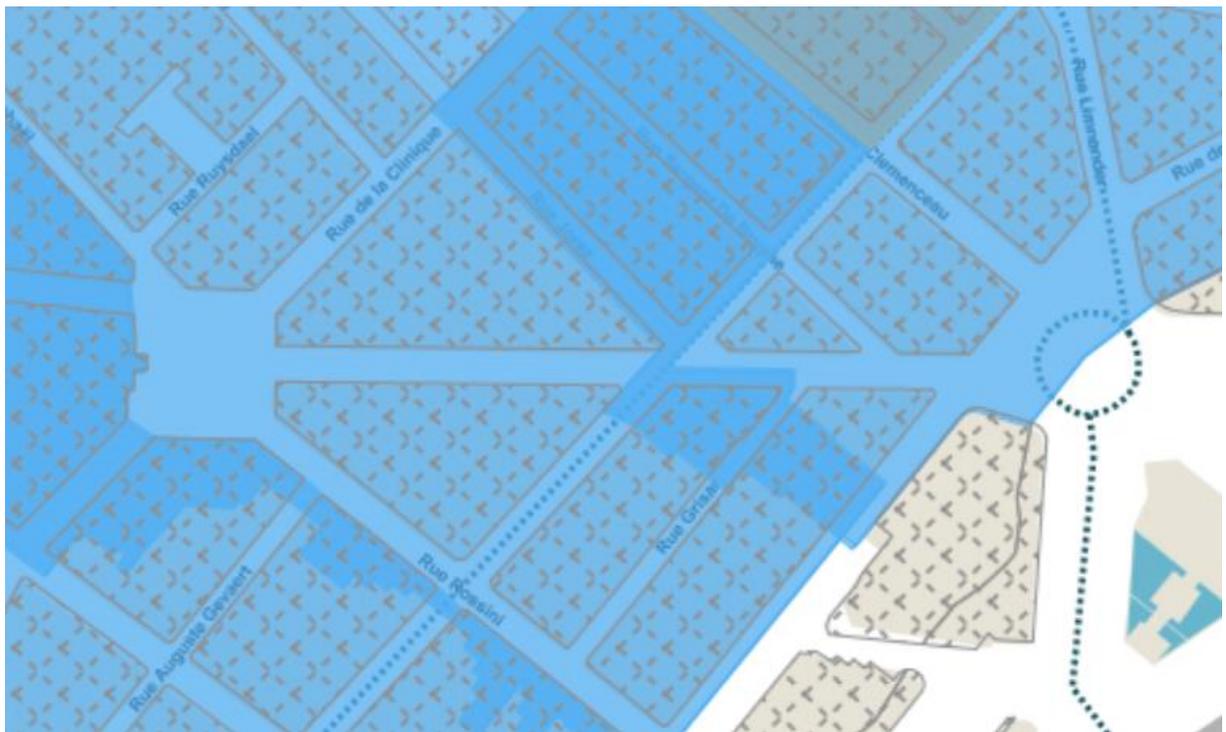
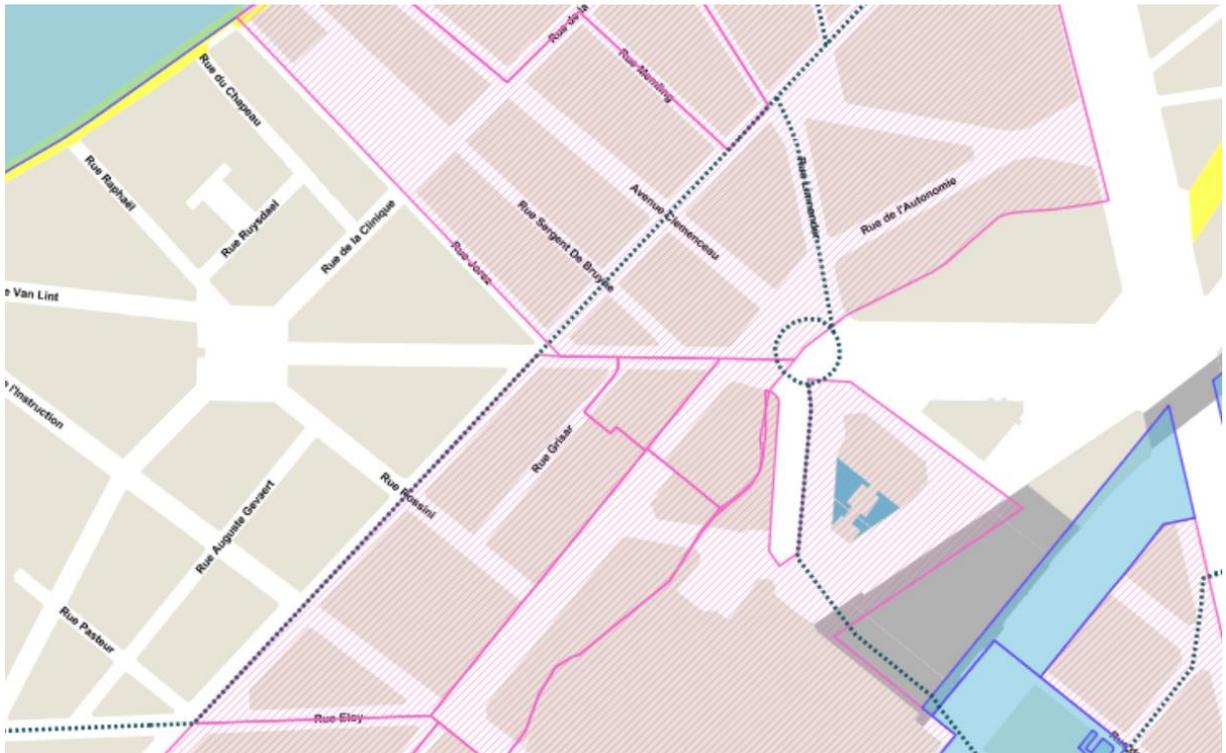
- ⊖ Circulation automobile ;
- ⊖ Stationnement ;
- ⊖ La vacance ;
- ⊖ Aménagement cyclable ;
- ⊖ Façades et enseignes ;
- ⊖ Commerces peu attractif pour une population captive ;
- ⊖ Les déchets.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Repenser le profil de la voirie au profit d'un site propre et intégrer les mobilités actives ;
- ⇒ Se concentrer sur le développement des deux entités situées aux deux extrémités : place Bara et Maison communale ;
- ⇒ Revoir les traversées piétonnes au niveau de la maison communale ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Signalétique avec les autres pôles du centre ;
- ⇒ Développer une boucle piétonne du centre ;
- ⇒ Renforcement lien abattoir rue de Fiennes –Gare –rue Wayez ;

Situation de Droit





Contexte urbain

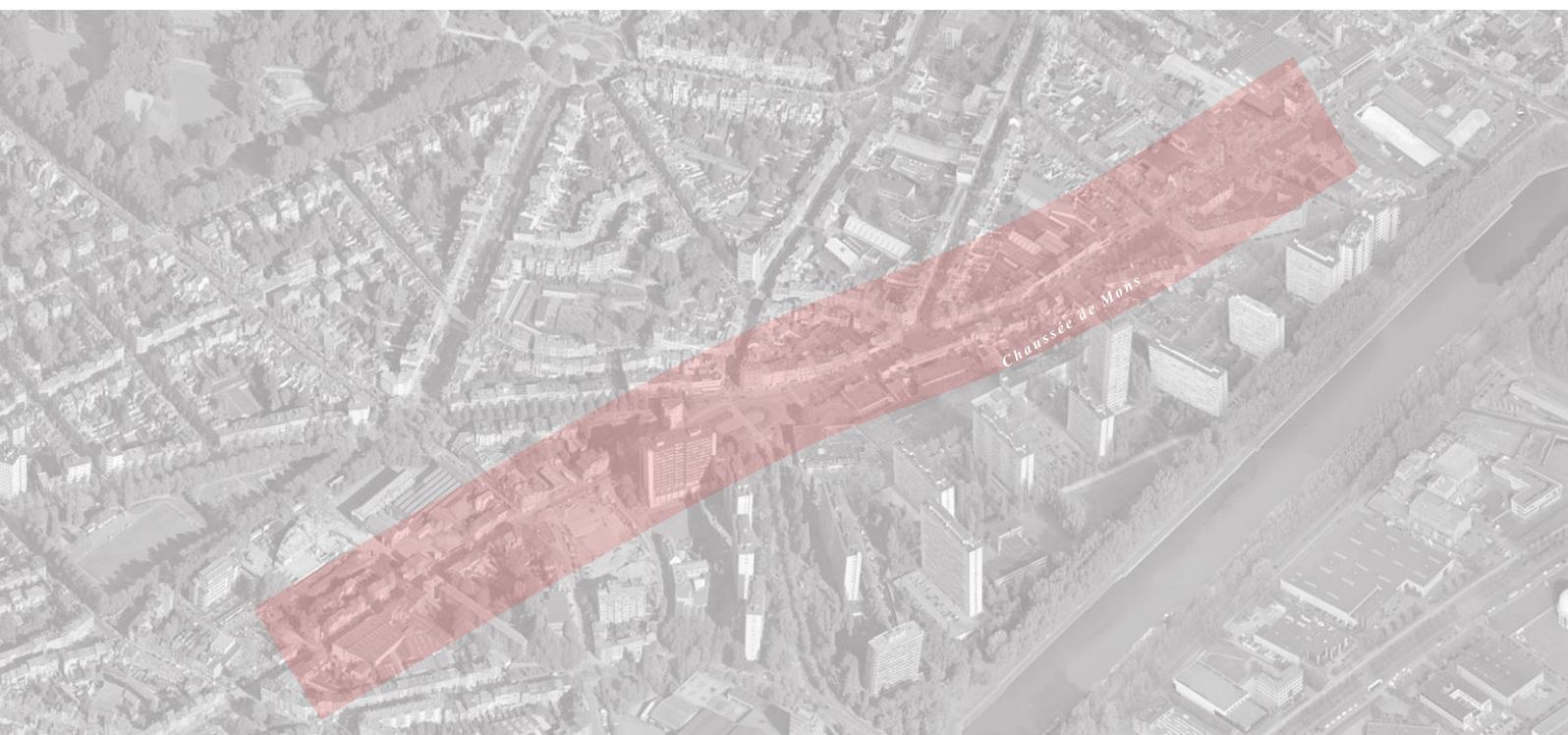




Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Ch.Mons



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



Situation de droit

Affectation	Voirie espaces structurants, affectation du sol zone de très forte mixité et zone mixité ponctuelle des zones d'habitations
PPAS	Abrogation PPAS

Contexte bâti

Type bâtiments	Structure bâti très hétéroclite Rive nord immeuble à appartement brique année 1950 alignement voirie petite emprise Rive gauche Structure de boîte sommaire accueillant grands bâtiments préfabriqués utilisant des matériaux de faibles qualités enseignes commerciales urbanisme des années 70 barre
Hauteurs	Hauteurs variés R+2 -> R+15

Contexte espace public

Qualité aménagement	Moyen
Qualité trottoir	Bon confortable (pauvreté des matériaux)
Cheminement piéton accès commerces	Piéton : faible : conflit entre étales des commerces et circulation piétonne Traversée : entre les deux rives compliqué Accès PMR : faible
Plantation/éclairage/ambiance urbaine	Plantation : faible Éclairage : moyen Ambiance urbaine : impacté par la dimension routière du carrefour

Contexte stationnement

Type de stationnement	Longitudinal voirie + parking privée stationnement commerces (Delhaize vaste souterrain)
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

Contexte transport en commun

Accessibilité TC et mode	Arrêt Aristide Brian STIB Bus 49 // De Lijn 141 142144 140 145 170 171 Arrêt Veeweide STIB M 5
Station vilo	ARISTIDE BRIAND - CH DE MONS 718 à 720

Les actions du PCD

La chaussée de Mons et le quai de l'Industrie sont les liens principaux vers le pont de Cureghem et devront faire l'objet d'un aménagement agréable et bien signalisé pour atteindre facilement le site. Le PCD évoque dans ses mesures, l'aménagement des quais pour les cycles et piétons. De plus, la chaussée de Mons (particulièrement la section au niveau du square Albert 1^{er} et le square lui-même) est citée dans les voies structurantes et dans les priorités d'aménagement de l'espace

Aménager de façon ambitieuse des places et espaces relais

Le PCD permet de faire un focus sur les places et les espaces relais majeurs du territoire anderlechtois afin de leur offrir un aménagement prioritaire et particulier. Le travail qui sera fait sur ces espaces sera tiré des conclusions de la Charte des Espaces Publics. Ces espaces sont souvent des lieux de rencontre de transports en commun structurants où on constate de forts flux de passagers, où il existe un certain nombre de commerces et services (ou il conviendrait d'en développer) et ils véhiculent une identité au niveau locale.



Croisement rue de Veeweyde / chaussée de Mons

Mises-en en valeur des linéaires commerçants Travail sur les enseignes

Des linéaires commerçants connus et structurants (rue Wayez, chaussées Ninove et Mons,...) offrant des services de proximité réduire les flux de voitures sur le pont de Cureghem, faisant partie de l'axe de la chaussée de Mons, qui est une voirie interquartier ;

La chaussée de Mons, la rue Eloy, la rue Van Lint sont toutes des voiries support de commerces. Leur relation avec la rue Wayez (dont l'attractivité doit être maintenue) doit être renforcée.

Un pôle commercial de proximité très compétant à l'aspect routier trop marqué

Atouts

- ⇒ Diversité des commerces (horeca, grandes enseignes commerciales...);
- ⇒ Bon accès transports en commun bus et commerce ;
- ⇒ Potentiel aménagement carrefour
- ⇒ Un bon accès transport en commun.

Contraintes

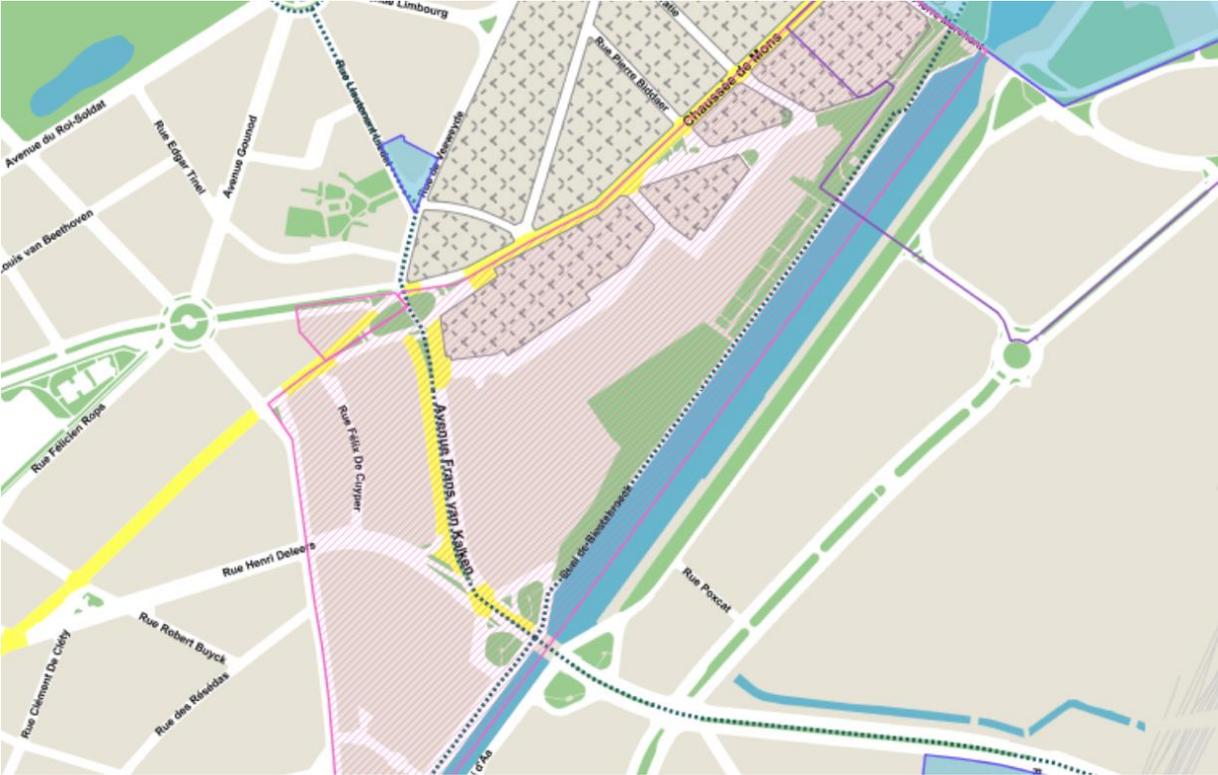
- ⊖ Mélange de formes urbaines peu cohérentes (urbanisme 19s/ urbanisme ouvert des années 70) : Espaces lâches peu structurants ;
- ⊖ Aucune utilisation de l'espace centrale : fonctionnement routier ;
- ⊖ Profil très routier de la chaussée de Mons ;
- ⊖ Pollution sonore ;
- ⊖ Traversée piétonne : longue, conflit cycliste piéton ;
- ⊖ Façades et enseignes ;
- ⊖ Pas d'identité.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Etude de mobilité ;
- ⇒ Repenser le fonctionnement de la place, diminuer l'impact routier au profit de l'espace piéton ;
- ⇒ Repenser l'espace centrale peu utile à l'échelle du piéton aujourd'hui (translation de la berne centrale et diminution des voies de circulations automobiles) ;
- ⇒ Repenser le stationnement en voirie poche de stationnement ;
- ⇒ Piste cyclable et mobilier de stationnement ;
- ⇒ Faciliter les circulations entre les deux rives (réorganisation du carrefour) ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades.

Situation de Droit

PRAS



Contexte urbain











Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

La Roue – Bizet



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Situation de droit	
Affectation	Espace structurant liseré commercial continu Façade ouest Zone mixte Façade est Zone d'habitations Façade sud est Surimpression ZICHEE
PPAS	Non
Contexte bâti	
Type bâtiments	Séquence bizet : Bâti style hétéroclite Immeuble à appartement R+2 dominante brique Séquence La roue présence de bâtiments de qualité type éclectique et art déco
Hauteurs	R+2 – max R+4
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Moyen à Bon
Qualité trottoir	Moyen confortable matériaux obsolète
Cheminement piéton accès commerces	Moyen accès PMR
Plantation/éclairage/ambiance urbaine	Plantation : sur la place Bizet Éclairage : moyen Ambiance urbaine : ambiance village autour de l'arrêt Bizet
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Longitudinal voirie
Contexte transport en commun	
Accessibilité TC et mode	Arrêt Bizet STIB M 5 Bus 75// De Lijn 141 142144 140 145 170 171 Arrêt la roue STIB M 5 Bus 75// De Lijn 153-154-155
Vilo	BIZET - PLACE BIZET (face 11 a 19) / BIZETPLEIN (TEGENOVER 11 tot 19 LA ROUE / HET RAD - CH DE MONS 1100-1106 / BERGENSESTEENWEG 1100-1106

Les actions du PCD	
<p>Mises-en en valeur des linéaires commerçants Travail sur les enseignes Des linéaires commerçants connus et structurants (rue Wayez, chaussées Ninove et Mons,...) offrant des services de proximité réduire les flux de voitures sur le pont de Cureghem, faisant partie de l'axe de la chaussée de Mons, qui est une voirie interquartier ;</p>	

Atouts

- Bizet : un pôle de proximité bien présent aux aménagements de qualité ;
- Un bon accès en transport en commun ;
- Place arboré.

Contraintes

- ⊖ Façades et enseignes ;
- ⊖ Autour de l'arrêt La roue peu de commerce ;
- ⊖ Aménagement des arrêts de bus Delijn.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Conforter et se concentrer sur l'identité commerciale de Bizet ;
- ⇒ Aménagement surélevé de type plateau pour réduire le trafic et faciliter les circulations piétonnes ;
- ⇒ Identifier chaque pôle (mobilier (banc poubelle et arceau vélo), plantation, organisation du stationnement et traversées piétonnes entre entités commerciales) éviter l'expansion linéaire des commerces ;
- ⇒ Intégrer les rues adjacentes commerciales au réaménagement ;
- ⇒ Meilleure intégration du mobilier Villo ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades.

Situation de Droit

PRAS



Contexte urbain





Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Ninove-Scheut



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Situation de droit	
Affectation	Espace structurant Centre chaussée : zone mixte De part et d'autre chaussée : zone d'habitation Liseré commercial pas continu : intersection du boulevard de la grande ceinture, rue de la courtoisie et la rue Wambeck, avenue des Missionnaires et la rue du Bienêtre et entre la place Henri de Smet et bvd J ;Baeck
PPAS	PPAS Mission de Scheut PPAS quartier des Menestrels ,
Autres	
Contexte bâti	
Type bâtiments	Des séquences Immeuble à appartement type moderne avec pied commerciale, séquence centrale bâtiments de type boîte préfabriqué de faible qualité
Hauteurs	Oscille entre r+1 et r+4
Linéaires façades	
Densité bâti	
Projet	
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Faible
Qualité trottoir	Trottoir étroit mauvaise qualité
Cheminement piéton accès commerces	Piéton : faible : Traversée : Moyenne Accès PMR : faible
Plantation / éclairage / ambiance urbaine	Plantation : Place henry de Smets Eclairage : Faible Ambiance urbaine : inexistante
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Longitudinal voirie + parc stationnement commerces
Projet	Contrat de quartier Scheut (EM 2015) réaménagement de la place Henri DeSmet des rues de l'Agrafe, de l'Aiguille, Denis Verdonck et Général Rucquoy
Contexte transport en commun	
Accessibilité TC et mode	Arrêt Pince de liège STIB Bus 49// De Lijn 127 128 129 Arrêt Bom straat De Lijn 127 128 129 Arrêt Scheut De Lijn 127 128 129 Arrêt Dibeeek De Lijn 127 128 129
Villo	DE SMET - PLACE HENRI DE SMET / HENRI DE SMETPLEIN SCHEUT - CHEE DE NINOVE (FACE 441) / NINOOFSESTEENWEG (TEGENOVER 441) PRINCE DE LIEGE / PRINS VAN LUIK
Projet	Projet de voie de Tram
Les actions du PCD	
Accompagner la mise en place de la ligne de tramway entre la gare de l'Ouest et le Westland Shopping Center	
Le Plan régional de Mobilité Iris 2 prévoit de créer une liaison tram depuis la Gare de l'Ouest jusqu'au Westland Shopping Center. Long de 3,5 km, son parcours emprunte la chaussée de Ninove sur 1,2 km, le boulevard de la Grande Ceinture sur 400 m, le boulevard Maria Groeninckx de May sur 800 m et enfin le boulevard Sylvain Dupuis sur 800 m. A ce parcours il faut rajouter 500 m au niveau du Terminus du Westland afin que les tramways puissent faire	

une boucle. Ce projet ambitieux est tout à fait justifié en raison de la population importante présente dans ces quartiers et des besoins en mobilité générés par le Westland Shopping Center et la gare de l'Ouest.

Atouts

- La qualité de l'aménagement voirie et places ;
- La bonne desserte en transports en commun ;
- Le nombre de projets à venir : Projet (Place H de Smets, projets logements au tour de la Gare) Impact sur la reconfiguration du Pôle autour du Lidl.

Contraintes

- ⊖ Circulation automobile : Chaussée routière 2X deux bandes non marquée ;
- ⊖ Stationnement longitudinal continu ;
- ⊖ Sécurité : Pas de traversée piétonne ni arrêt de bus ni au niveau des principaux pôles (ex lidl) ;
- ⊖ Mauvaise implantation arrêts de Bus De lijnn ;
- ⊖ Pas d'aménagement rétrécissement plantation ;
- ⊖ Aucun mobilier urbain spécifique ;
- ⊖ Station villo dangereuse ;
- ⊖ Pas d'emplacement livraison : stationnement en double file dangereux.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

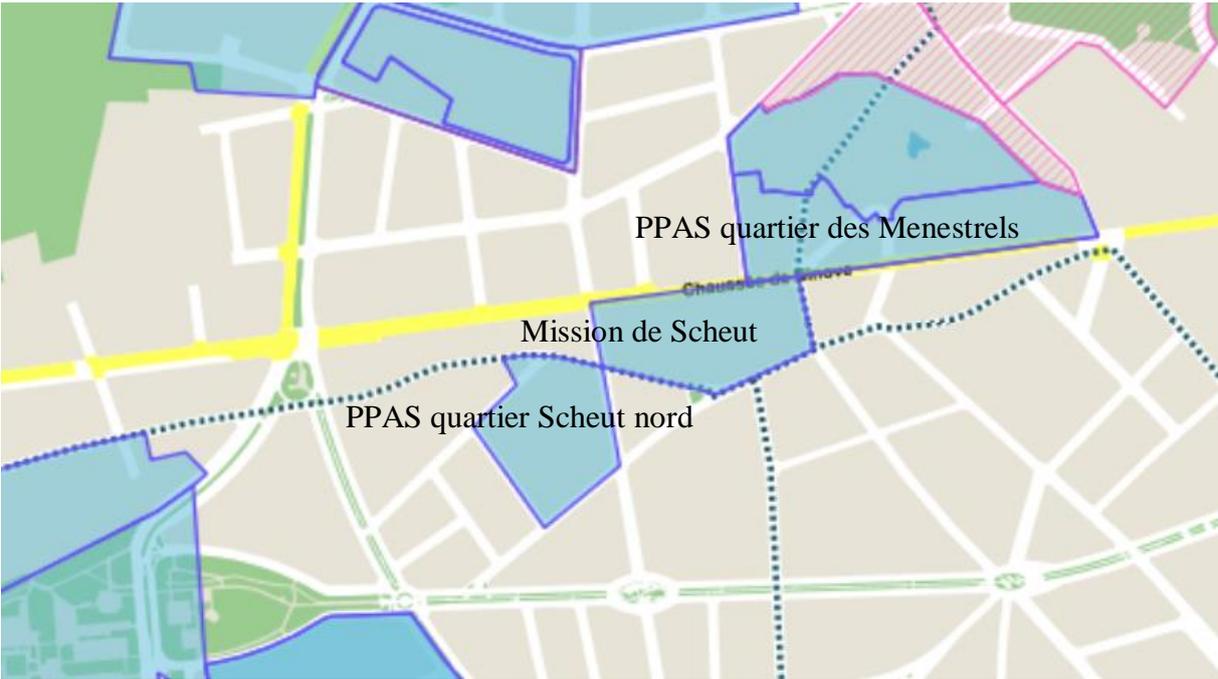
- ⇒ Repenser le profil général de la voirie (intégrer voie réservée aux bus sur une grande partie de la chaussée, réduction largeur de la voirie et marquage au sol et circulation cyclable) ;
- ⇒ Aménagements spécifiques pour ralentir la circulation au niveau de chaque pole ;
- ⇒ Identifier chaque pôle (mobilier (banc poubelle et arceau vélo), plantation, organisation du stationnement et traversées piétonnes entre les entités commerciales) ;
- ⇒ Éviter l'expansion linéaire des commerces ;
- ⇒ Meilleure intégration du mobilier Villo ;
- ⇒ Repenser le stationnement : organisation du stationnement en privilégiant l'offre privée (poche stationnement existante) au bénéfice de l'espace public pour les modes actifs et emplacements pour livraison ;
- ⇒ Aménager le pôle lidl en lien avec le projet autour de gare de l'ouest ;
- ⇒ Etude de mobilité ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Signalétique avec les autres pôles du centre ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Renforcement lien abattoirs- pôle LidL intégrer boucle piétonne du centre.



Projet Ekla Friche Vandenneuvel

Situation de Droit

PRAS



Contexte urbain



Mise en valeur des linéaires commerciaux

Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Westland



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Situation de droit	
Affectation	Espaces structurants Très forte mixité galerie commerçante entourée zone habitation
PPAS	PPAS « Quartier vallée du Broeck »
Contexte bâti	
Type bâtiments	Bâtiment commercial autonome des années 70 inséré dans un tissu résidentiel contemporain de petit immeuble à appartement
Hauteurs	R+2
Projet	Projets logements à proximité du site
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Qualité boulevard sylvain Dupuis
Qualité trottoir	Int : faible Ext : bon
Cheminement piéton accès commerces	Int : pas de trottoir pas d'espace réservé cheminement piéton Ext : moyen
Plantation / éclairage / ambiance urbaine	Int Plantation : faible Éclairage : faible Ambiance urbaine : néant Ext Plantation : moyen Éclairage : moyen
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Parc privé
Contexte transport en commun	
Voiture	Ring
Accessibilité TC et mode	Arrêt Westland STIB Bus 46 75 89// De Lijn 116 117 118 571 572 810 Metro plus proche Saint Guidon
Vilo	WESTLAND SHOPPING - BD SYLVAIN DUPUIS
Projet	Projet de tramway
Les actions du PCD	
<p>Accompagner la mise en place de la ligne de tramway entre la gare de l'Ouest et le Westland Shopping Center</p> <p>Le Plan régional de Mobilité Iris 2 prévoit de créer une liaison tram depuis la Gare de l'Ouest jusqu'au Westland Shopping Center.</p> <p>Long de 3,5 km, son parcours emprunte la chaussée de Ninove sur 1,2 km, le boulevard de la Grande Ceinture sur 400 m, le boulevard Maria Groeninckx de May sur 800 m et enfin le boulevard Sylvain Dupuis sur 800 m. A ce parcours il faut rajouter 500 m au niveau du Terminus du Westland afin que les tramways puissent faire une boucle. Ce projet ambitieux est tout à fait justifié en raison de la population importante présente dans ces quartiers et des besoins en mobilité générés par le Westland Shopping Center et la gare de l'Ouest.</p>	

Atouts

- ⇒ Un bon accès depuis le ring ;
- ⇒ Le profil du boulevard Sylvain Dupuis, qualité paysagère ;
- ⇒ Potentiel développement voie de Tram.

Contraintes

- ⊖ Accessibilité transport en commun ;
- ⊖ Architecture bâtiment commercial désuet introverti et déconnecté du reste du quartier.
Peu d'échange entre le mall et le reste du quartier ;
- ⊖ Pollution des nappes de stationnement ;
- ⊖ Pauvreté paysagère du site.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Soutenir le projet du tram ;
- ⇒ Restructuration du bâtiment : Repenser le modèle urbanistique du centre commercial, offrir une surface plus ouverte sur le quartier ;
- ⇒ Cheminement inter quartier ;
- ⇒ Diminuer l'impact du stationnement ;
- ⇒ Installation de containers enterrés ;
- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Signalétique avec la chaussée de Ninove ;
- ⇒ Lien avec la chaussée de Ninove complémentarité.

Situation de Droit

PRAS



Contexte urbain

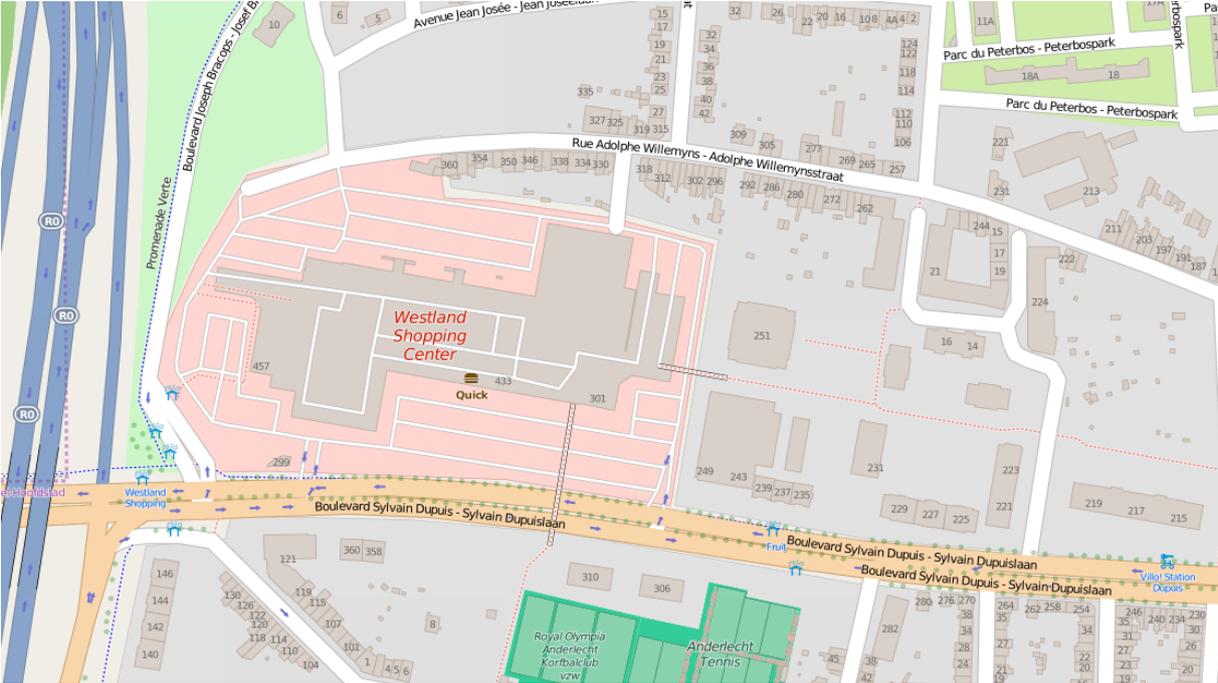








Schéma de développement économique et commercial et réalisation d'un observatoire local

Commune d'Anderlecht

Cora



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Situation de droit	
Affectation	Espaces structurants Très forte mixité galerie commerçante
PPAS	PPAS « Meylemeersch est » compris entre le chemin de der, l'autoroute, l'accès à l'hôpital Erasme et la route de Lennik
Autres	
Contexte bâti	
Type bâtiments	Bâtiment commercial autonome des années 70 inséré dans un tissu résidentiel contemporain de petit immeuble à appartement
Hauteurs	R+2
Linéaires façades	
Densité bâti	
Projet	
Contexte espace public	
Qualité aménagement	Effort aménagement paysager des voiries et des parkings
Qualité trottoir	Bon
Cheminement piéton accès commerces	Accessibilité piétonne est assurée par des aménagements neufs et de bonnes qualités entre le centre commercial et le métro.
Plantation / éclairage / ambiance urbaine	Bon
Contexte stationnement	
Type de stationnement	Poche privé de stationnement – site cora aménagement à revoir, fort dégradé et capacité à revoir.
Contexte transport en commun	
Voiture	Ring
Accessibilité TC et mode	Arrêt Eddy Mercxx STIB métro ligne 5// De Lijn 141 142 et 810
Villo	Pas de villo
Projet	
Les actions du PCD	

Atouts

- ⇒ Un bon accès depuis le ring ;
- ⇒ Accessibilité transport en commun ;
- ⇒ Proximité pôle métropolitain hospitalier Erasme ;
- ⇒ Piste cyclable et circulation piétonne ;
- ⇒ Qualité paysagère.

Contraintes

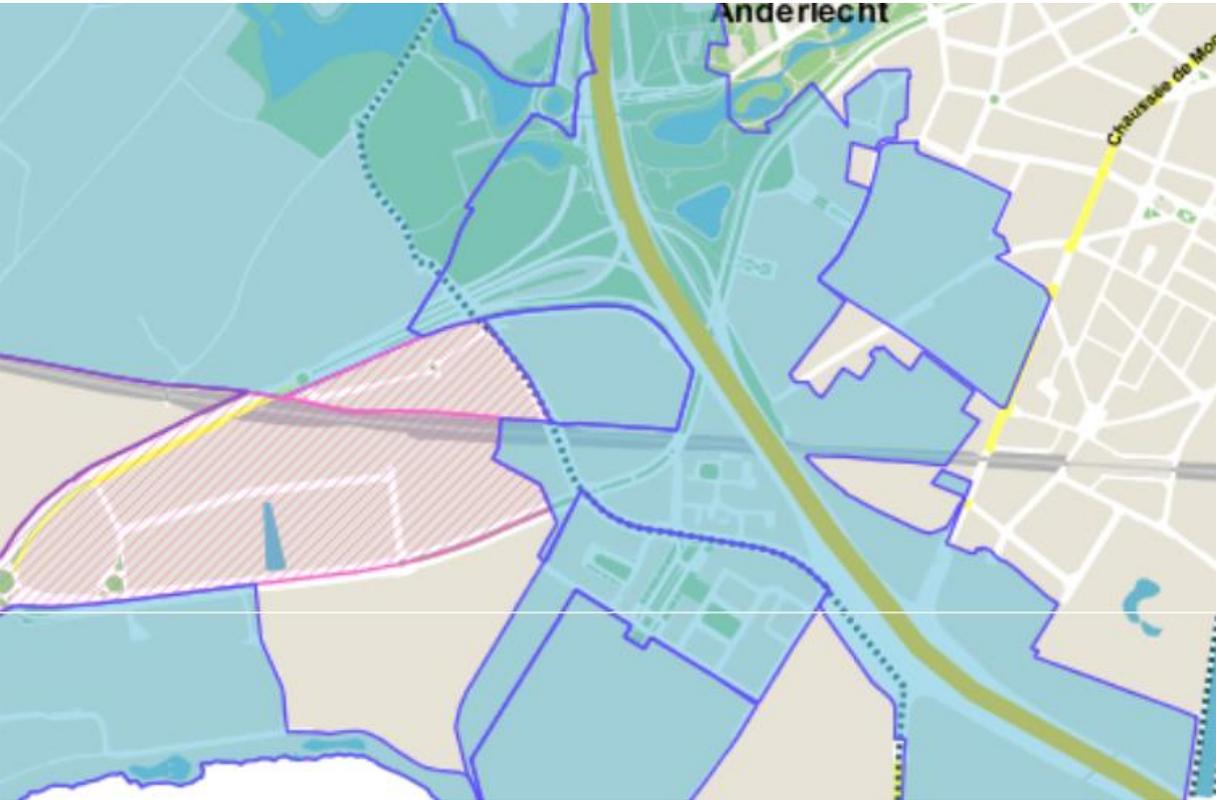
- ⇐ Signalétiques depuis l'autoroute ;
- ⇐ Bâtiments désuet du Cora.

Action concrète à soutenir dans le cadre du schéma commercial

- ⇒ Développer un RCU enseignes et façades ;
- ⇒ Lien avec la chaussée de Ninove complémentarité ;
- ⇒ Repenser le modèle urbanistique du Cora ;
- ⇒ Repenser le stationnement capacité et aménagement paysager en interne du Cora ;
- ⇒ Continuer l'aménagement de la boucle piétonne déjà bien présente entre Metro, Cora et Ikea.

Situation de Droit

PRAS





Contexte urbain



2. Projets urbanistiques, culturels et commerciaux

Plusieurs projets sont en cours d'approbation ou de construction sur le territoire et impacteront directement ou indirectement l'attractivité commerciale de la ville d'Anderlecht. Ce rapport se concentre sur la situation existante mais souhaite pouvoir s'adapter à la situation future. Afin de mieux visualiser l'avenir de la ville, voici une présentation des principaux projets.

a) Projet « Canal-Midi ».

Le projet se situe entre le canal Charleroi-Bruxelles et la gare du Midi, dans le quartier Cureghem. Le programme d'action est basé sur la cohésion sociale (formation, logements, infrastructures ...)

Le canal, qui relie Bruxelles à Anvers et à Charleroi, traverse la région Bruxelles-Capitale du nord au sud. Ses rives sont majoritairement d'anciens quartiers industriels du XIX^{ème} siècle. Ces quartiers ont connu la désindustrialisation au cours du XX^{ème} siècle et font encore aujourd'hui face à un tissu urbain et socio-économique fragile. Quartiers centraux, ils bénéficient depuis plusieurs années de programme de rénovation urbaine ainsi que d'investissements privés.

Dans cette même logique, le plan canal, pour la Région Bruxelles-Capitale, représente un outil afin de répondre aux enjeux futurs des vingt prochaines années, à savoir le logement, l'emploi, l'économie, la mobilité, le cadre et la qualité de vie. Le plan canal défend un triple objectif : la consolidation de la fonction résidentielle et la présence d'infrastructures ; le renforcement de l'emploi et de l'économie, et une meilleure intégration de ces activités dans le paysage urbain ; la qualité des espaces publics et la mise en valeur des modes de transports actifs. Le plan canal possède un dernier objectif qui est de relier, de manière plus solide, pérenne et fonctionnelle, les quartiers aujourd'hui divisés par la présence du canal. L'idée de ce plan est également de trouver des moyens pour faire et vivre la ville d'une manière différente en imbriquant activités économiques et le résidentiel ensemble, de manière homogène et fonctionnelle. C'est aussi le moyen de renforcer la cohésion territoriale et sociale de ces quartiers.

L'équipe sélectionnée pour la rédaction du Plan Directeur est le Groupement Alexandre Chemetoff & Associés. L'équipe est composée d'Alexandre Chemetoff & Associés (mandataire), Idea Consult et Ecorem.

« Le périmètre retenu s'étend de part et d'autre de la ligne du canal, du nord au sud des limites régionales. Il s'appuie sur les territoires anciennement industrialisés de la vallée de la Senne et résulte de la superposition de plusieurs périmètres : l'ancienne vallée industrielle de la Senne, le périmètre de la Zone d'Intérêt Prioritaire – définie dans le cadre du programme FEDER, les périmètres actifs de certains Contrats de Quartiers, les grandes zones économiques au Sud et au Nord et les zones portuaires.

Le périmètre traverse sept communes - Anderlecht, Molenbeek, Bruxelles-ville, Koekelberg, Schaerbeek, St-Gilles, Forest - toutes composées de quartiers à forte identité (Molenbeek historique, Anderlecht, Cureghem...). Sa superficie est de 2.850 ha (14 km du Nord au Sud, sur 2 à 3 km de large) et elle représente près de 20% de la population totale de la région en 2008. Les principales gares, la gare du midi, la gare de l'Ouest et la gare du Nord sont situées sur le pourtour du périmètre. »¹⁶

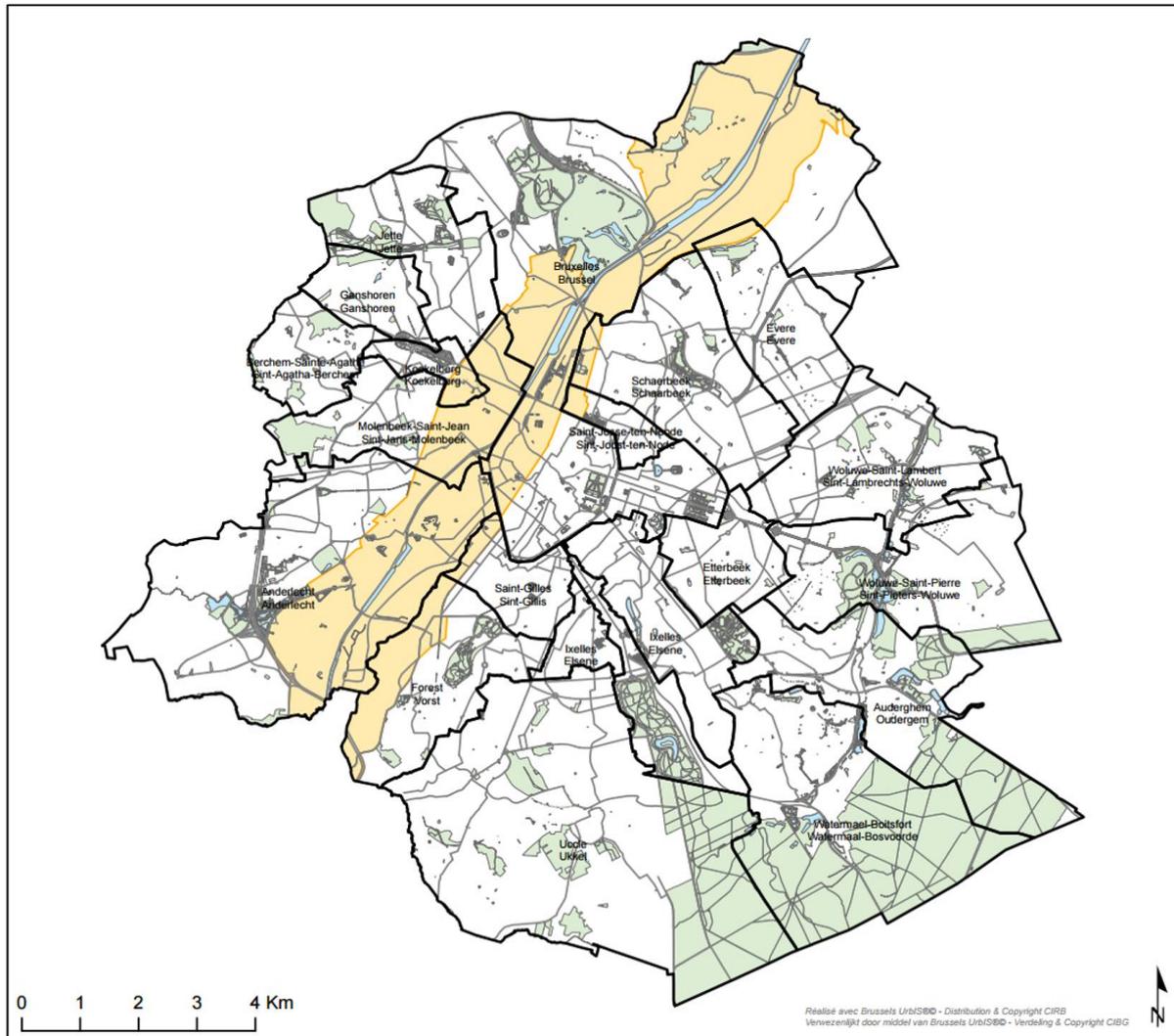


Figure 1 - Périmètre du projet du plan Canal-Midi

¹⁶ Source : <https://urbanisme.irisnet.be/lesreglesdujeu/les-plans-strategiques/le-plan-directeur-pour-la-zone-du-canal-1/3.-perimetre-d2019etude-propose>



Figure 2 - Esquisse du projet

b) *Le projet de restructuration du quartier de Biestebroeck : masterplan et PPAS¹⁷*

Il existe pour le quartier de Biestebroeck un projet de restructuration profonde du quartier, afin qu'il permette d'effectuer la liaison entre les quartiers situés de part et d'autre du canal. En effet, rive droite et gauche sont très différentes et communiquent peu, la rive droite est industrielle, peu densément bâtie et habitée à contrario de la rive gauche.

Sa profonde mutation (urbanistique, commerciale et au niveau du logement) permettrait de faire de ce quartier un quartier central d'Anderlecht, où les différentes fonctions urbaines sont harmonisées et équilibrées. L'objectif est de créer une aire où la mixité des fonctions est effective, en introduisant des fonctions encore peu ou pas présentes telles que commerces, horeca ou équipements.

A travers le renforcement des liens entre rives droite et gauche, l'objectif est aussi d'ouvrir les quartiers habités de la rue Wayez et de la chaussée de Mons vers le Canal (dans le continuum du plan Canal-Midi).

Un traitement particulier est prévu pour la « tête de Biestebroeck » (extrémité nord du bassin de Biestebroeck) située au croisement des axes viaires, ferroviaires et fluvial, au croisement des quartiers Wayez et Curreghem, le tout formant un véritable carrefour entre nord et sud, est et ouest, habitat et industrie ... L'objectif est de créer des formes urbaines nouvelles afin de lier ces différentes fonctions tout en conservant les particularités de chacune. Pour cela, l'affectation du sol des parcelles de la rive droite (entre la Digue du Canal et le boulevard Industriel) a été

¹⁷ Source : http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroeck_1.pdf

modifié en Zone d'Entreprises en Milieu Urbain (ZEMU) ce qui encourage la mixité entre activités économiques et habitat.

Selon le PPAS :

« *La simplification des carrefours des deux côtés du Pont de Cureghem est à réaliser. La première mesure proposée est la mise en piétonnier du premier tronçon de la rue Wayez. Celle-ci permet de limiter le nombre de points de conflit et d'échanges. Le pont devient ainsi un espace qui n'est plus monopolisé par le transport automobile et dégage des espaces importants pour les piétons. Un nouvel alignement le long de la Rue de l'Ancienne gare concentre les flux le long du Quai de l'Industrie. Le dernier tronçon du quai, entre le Pont ferroviaire et la chaussée de Mons, sur le square Vandervelde, peut alors devenir un espace réservé aux piétons et cyclistes. Les flux vers la Rive Gauche se situent dans la Rue du Gouverneur Nens dans les deux sens. - Le développement d'un parking sous l'îlot à développer sur la tête du Bassin de Biestebroeck. Ce parking est une opportunité pour le quartier. Il s'agit en effet d'un équipement essentiel pour l'attractivité de l'axe commercial de la rue Wayez ainsi que pour les riverains des quartiers denses aux alentours pouvant y louer/ acheter un place de parking. »¹⁸*

« *Le masterplan traduit plus concrètement le Plan Régional de Développement qui définit la chaussée de Mons comme une voirie interquartier. Il part du principe que le trafic présent sur la chaussée de Mons peut être limité à celui de destination des quartiers. Cette limitation du transit est réalisée par des aménagements régionaux situés hors du périmètre (carrefour Veeweyde notamment). »¹⁹*

« *L'adaptation du réseau de transport public vise les objectifs suivants: - Un site propre tram/bus dans la rue Wayez entre le Canal et la Rue du Bronze pour augmenter la vitesse commerciale du transport en commun et pour rendre plus agréable et confortable les parcours piétons entre le liseré commercial de la rue Wayez et le nouveau développement à la tête de Biestebroeck. - L'extension du site propre/arrêt existant sur le Pont de Cureghem, par la fermeture d'une sortie directe de la voirie venant du Quai de l'Industrie et l'organisation des flux dans la rue Gouverneur Nens dans les deux sens. - La création d'un pôle intermodal régional, par l'ouverture de la gare RER Cureghem, avec des accès existants vers le Pont de Cureghem et le parc Crickx, et de nouveaux accès à créer depuis la rue des Bassins. - Un trajet de bus performant (une ligne de tram à terme), entre la rive gauche et droite passant par le Pont Marchant, soit par la déviation d'une des lignes existantes, soit par la création d'une nouvelle ligne. Symétriquement, une ligne de transport commun performante est proposée entre la partie Est (Forest) et Ouest (Anderlecht) de la Région sur l'axe Van Kalken-Paepsem. »²⁰*

« *2.4.5. Schéma Modes Doux Les modes doux sont développés partout. - Tout en gardant leur fonction portuaire, les quais participent plus qu'aujourd'hui à la vie urbaine. Ils sont accessibles localement et temporairement et offrent des connexions visuelles et physiques avec les quartiers habités. L'aménagement de grands espaces publics de grande qualité valorisent les ponts et les liens visuels entre les 2 rives. - Une perméabilité transversale se crée à travers un maillage de voiries et d'accès perpendiculaires aux quais. Cette perméabilité se crée dans les îlots avoisinants mais aussi dans les zones portuaires elles-mêmes. Ainsi le canal devient*

¹⁸ Source : http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroeck_1.pdf page 17

¹⁹ Ibidem page 17

²⁰ Ibidem page 19

un véritable espace central. - Par la simplification du carrefour du Pont de Cureghem, les cheminements cyclistes et piétons deviennent confortables et rapides. »²¹

Le développement du quartier de Biestebroeck est prévu en 6 projets thématiques différents :

- « *Le Canal, lieu de cohabitation et de continuités des fonctions urbaines* ». La rive gauche conserve une prédominance pour l'habitat, la rive droite quant à elle conserve la partie économique et portuaire mais un accent est fait sur la visibilité et l'accessibilité entre les deux rives.
- « *La Chaussée de Mons, colonne vertébrale des quartiers du Canal* ». le but de ce projet est d'effectuer des percées visuelles entre la Chaussée de Mons et le Canal, afin notamment d'améliorer le cadre de vie des habitants de cette Chaussée.
- « *La Rue Wayez, une artère commerciale qui rayonne au-delà de la rive gauche* ». Le projet vise à rendre la rue Wayez plus accessible par les piétons, où la circulation automobile est restreinte au profit des commerces. La place est laissée à un aménagement multimodal (bus, tram et RER). Un parking souterrain d'occupation mixte (privé/public) est également prévu sous la tête de Biestebroeck, et sera en lien direct avec les commerces de la rue Wayez. La révision de la voirie ainsi que l'installation de nouveaux équipements participent au renforcement de l'attractivité de la rue Wayez.
- « *Le pont de Cureghem, nouvelle centralité intermodale* ». le projet consiste en l'ouverture de la gare de Cureghem, en l'implantation d'un arrêt RER afin de faire de la gare de Cureghem un nœud intermodal régional. *Le projet prévoit la réalisation d'un socle comprenant des fonctions récréatives (équipement culturel, commerces, infrastructures culturelles, Horeca, ...) surmonté de bâtiments hauts destinées aux logements, bureaux et toute autre fonctions compatibles.*²²
- « *Le boulevard industriel, pôle économique et entrée de ville* ». ce projet prévoit une spécialisation par thématique des différents axes afin de rendre possible la mixité des fonctions.
- « *La vallée de la Senne, plaine dans laquelle se poursuit la continuité verte* » le projet prévoit le maintien du caractère ouvert et vert de cette partie du quartier, le long de la Petite Senne.

L'intensification des activités au sein du quartier de Biestebroeck annonce la création d'environ 2.000 logements et 80.000 m² de fonctions productives et commerçantes supplémentaires, ainsi que 7.000 m² d'équipements à destination des riverains.

²¹ Ibidem page 20

²² Source : http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroeck_1.pdf

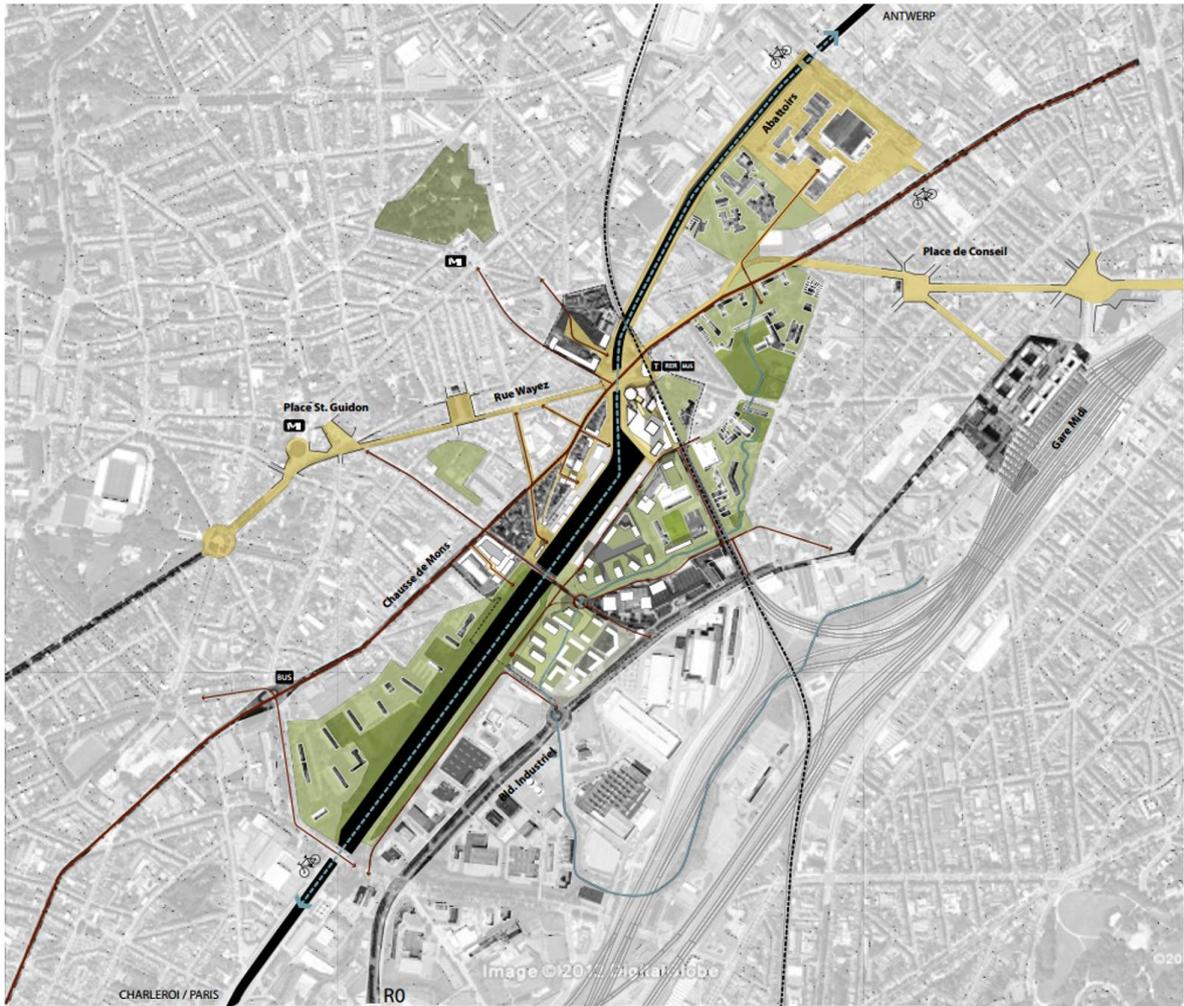


Figure 3 - Schéma de structure du projet

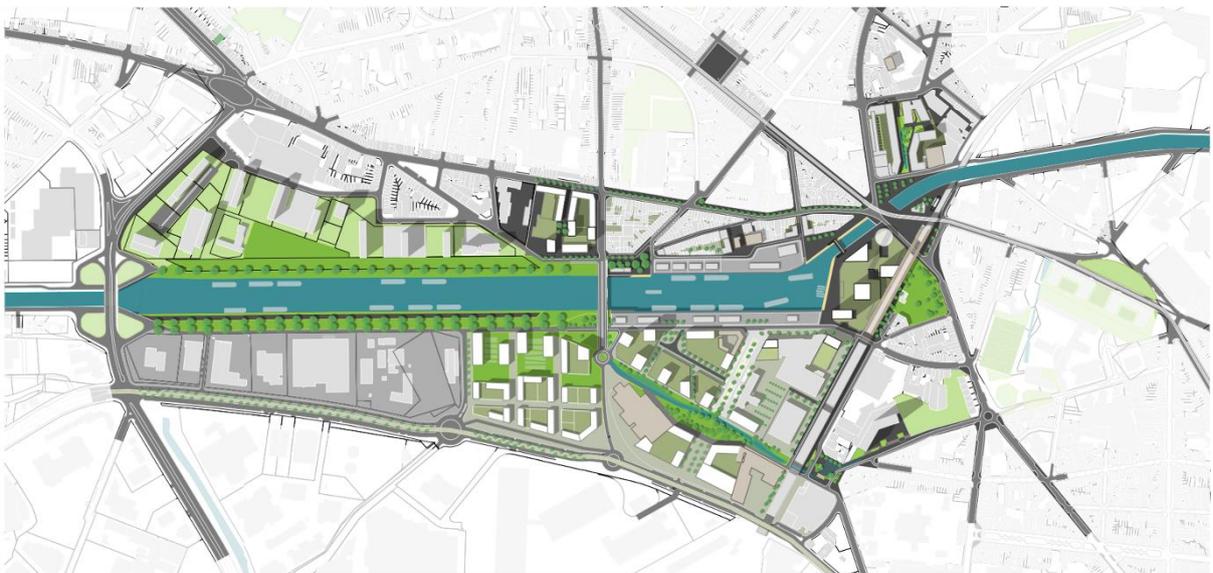


Figure 4 - Plan masse du projet



Rue sur la rive gauche - vision masterplan

Figure 5 - esquisse du projet

c) Les zones stratégiques²³

Le Gouvernement bruxellois a identifié certaines parties du territoire où le développement présente une importance stratégique pour la région de Bruxelles Capitale.

- Centre administratif / botanique
- Quartier européen
- Tour et Taxis
- **Midi**
- Heysel
- Delta
- Josaphat
- Schaerbeek-formation
- Gare de l'Ouest
- Reyers
- **Territoire du canal**

²³ Source schéma : http://www.adt-ato.brussels/fr/zones-strat%C3%A9giques/quartier-midi/un-changement-visible-%C3%A0-l%E2%80%99horizon-2018-2020http://www.adt-ato.brussels/sites/default/files/MidiMutation_FR_Web_0.pdf

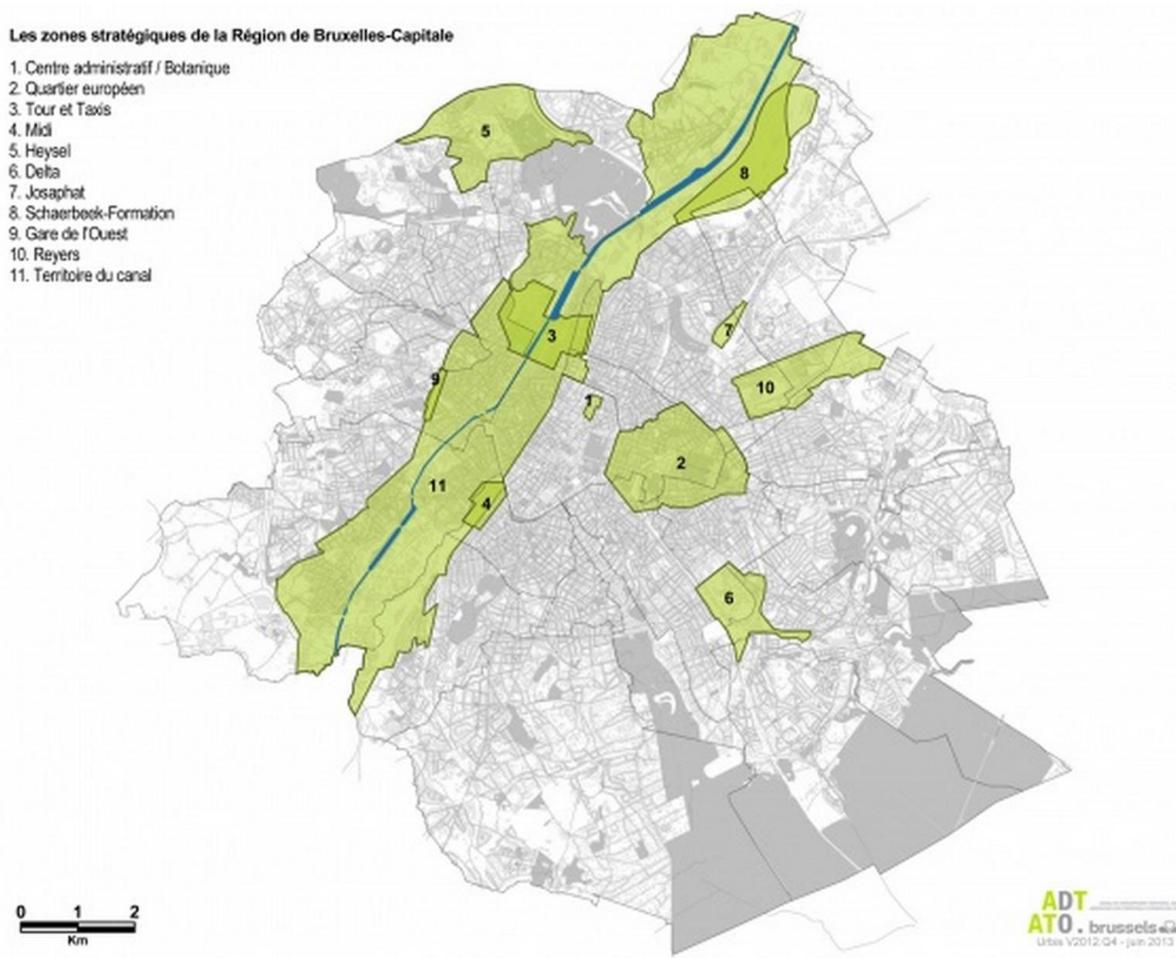


Figure 6 - Périmètre des zones stratégiques de la région Bruxelles-Capitale

Le quartier Midi ainsi que le plan Canal (cité plus haut), situé en partie sur la commune d'Anderlecht, font partie de ces zones stratégiques.

Concernant le quartier Midi, le Gouvernement bruxellois souhaite promouvoir et développer le quartier, situé à un carrefour stratégique et disposant d'une des principales gares internationales d'Europe. Pour ce faire, plusieurs objectifs ont été dégagés :

- Améliorer le cadre de vie via la construction de plusieurs nouveaux logements
- Créer des liens avec les quartiers voisins via le renforcement de la qualité des espaces publics
- Développer la mixité fonctionnelle et sociale au sein du quartier
- Renforcer le pôle d'emplois
- Profiter et améliorer le pôle intermodal que représente la gare

Le 30 avril 2015 le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale a approuvé le schéma directeur du quartier de la gare Midi en première lecture. Ce document donne les grandes lignes du développement du quartier d'ici 2020 à 2030, le concept est celui de la gare habitante. L'objectif est de renforcer la mixité fonctionnelle dans le quartier et d'accroître son animation au profit des habitants, des usagers de la gare et des Bruxellois en général. En 2020 et en 2030 « la mise en œuvre du schéma directeur doit conduire à la construction de logements et

d'équipements, à la revalorisation des espaces publics, tout en inscrivant ce pôle dans une stratégie tertiaire rationnelle. »²⁴

La ligne directrice pour 2020 est l'amélioration de la qualité et du cadre de vie dans le quartier via notamment la requalification des espaces publics. En ce sens, il est prévu de réaliser des perméabilités entre Saint-Gilles et Anderlecht afin de faciliter l'accès au centre-ville. De plus, selon l'ADT (l'Agence de Développement Territorial) : « L'accès actuel de la gare situé au croisement de la rue de France, de la place Horta et de la rue de l'Instruction est presque confidentiel et peu valorisé. Il constitue pourtant le principal accès à la gare depuis Anderlecht et le quartier de Cureghem. A ce titre, il devrait être davantage mis en valeur, et ce d'autant plus au regard des développements urbains récents et à venir dans le quartier (Ecole des Vétérinaires, Bara- de Lijn, projet Euroimmostar sur l'îlot France- Bara...), et au- delà : partie sud du Canal, Wiels, ZIR Van Volxem... Il s'agira d'y développer l'ensemble des services ferroviaires nécessaires afin d'y constituer une nouvelle entrée de gare, comme cela a été fait à Anvers ou encore au Mans, à l'occasion de l'arrivée du TGV. »²⁵

Quant aux horizons 2030, il est prévu de rééquilibrer les fonctions au sein du quartier (objectif : 50% logement, 50% tertiaire).

d) PROJET NAUTILUS – Digue du Canal 112.

Projet de construction d'un projet mixte résidentiel avec des rez-de-chaussée commerciaux de 22.000 m².

Le projet, situé à l'emplacement d'un ancien immeuble de bureaux, et constitué d'un ensemble de 200 logements, répondant à une demande croissante à Anderlecht, ainsi que d'un ensemble commercial de 2.000 m². Le projet a été accordé par la municipalité au cours du mois de juin 2015, sous certaines conditions (réduction du nombre de logement pour une adéquation avec le nombre de parking ; plus grande mixité au sein du retail)

Le projet est mené par la société de développement immobilier Eaglestone qui est spécialisée dans la reconversion de sites désuets en immobilier de standing. ²⁶

²⁴ Source : <http://www.adt-ato.brussels/fr/zones-strat%C3%A9giques/quartier-midi>

²⁵ http://www.adt-ato.brussels/sites/default/files/documents/ARAU_ADT_expose_QuartieMidi_mars2012.pdf

²⁶ <http://eaglestone.be/>

NAUTILUS



NAUTILUS



e) Divers projets urbains :

- Centre de formation professionnel dit « pôle de compétence » des métiers de l'industrie technologique (proximité Cora / Hôpital Erasme) – permis accordé sous conditions 04/06/15
- Ecole secondaire – avenue d'itterbeek (proximité Westland) – permis reporté 04/06/15
- Agrandissement du stade – boulevard Sylvain Dupuis (proximité Westland) – Avis reporté 28/05/15
- Immeuble à appartement avec commerces et bureaux (proximité cora et hôpital) – Avis reporté 21/05/15
- 2 bâtiments pour logements sociaux (proximité westland) – avis reporté (surement refusé) 21/05/15
- Immeuble à appartements (prox Westland) – avis reporté 21/05/15
- Rénover et transformer un immeuble de logement avec rdc commercial (rue wayez) – permis déposé 06/2015.
- Un complexe cinématographique pourrait ouvrir ses portes courant 2016 le long du boulevard Industriel.

IV. Identités de la Commune d'Anderlecht

Comme le montrent les analyses précédentes, les pôles commerciaux anderlechtois sont divers et présentent chacun des spécificités.

Certes, ils possèdent chacun leur identité propre, mais c'est leur association qui définit l'image globale du commerce anderlechtois.

En quoi cette image, cette identité est-elle importante ?

Ce sont les spécificités des pôles commerciaux qui leur donnent un attrait unique. C'est parce que les chalands y trouvent des commerces ou des expériences particulières qu'ils décideront de se rendre dans ces pôles ou d'y retourner. Le schéma de développement commercial permet d'analyser les caractéristiques des pôles commerciaux et du centre-Wayez, pour mettre en avant leurs atouts et leurs forces, dans le but de renforcer leur positionnement commercial.

A. Analyse SWOT

Une analyse SWOT (ou AFOM) permet de résumer les principales caractéristiques identitaires de la commune et de ses pôles commerciaux:

Cette analyse permet de mettre en avant les forces et les opportunités qui caractérisent le territoire anderlechtois d'un point de vue commercial, et lancent des pistes pour des potentielles identités futures.

S

Forces

- ✚ Nombreux pôles commerciaux hétérogènes
- ✚ Densité de population élevée
- ✚ Notoriété supra-communale de certains pôles
- ✚ Investisseurs privés présents sur le territoire
- ✚ Identité multiculturelle, historique et territoriale

W

Faiblesses

- ✚ Dispersion commerciale
- ✚ Saturation commerciale et concurrences inter-pôles
- ✚ Peu de places pour les piétons dans les pôles
- ✚ Peu de connexions entre les pôles
- ✚ Difficulté de positionnement commerciale
- ✚ Dichotomie entre investissements privés et publics

O

Opportunités

- ✚ Nombreux projets urbains sur le territoire communal
- ✚ Davantage de liens entre investisseurs publics et privés
- ✚ Mise en avant du patrimoine bâti et de la notoriété des pôles
- ✚ Présence de pôles d'enseignement dynamiques
- ✚ Captation des flux de passage sur les axes commerciaux.

T

Menaces

- ✚ Forte concurrence du centre-ville de Bruxelles (piétonnier)
- ✚ Projets commerciaux (NEO, Docks Bruxsel, etc)
- ✚ Augmentation du nombre de cellules vides
- ✚ Dégradation de l'offre commerciale
- ✚ Homogénéisation de la clientèle

B. Spécificités et innovations

En plus des spécificités déjà abordées dans ce rapport, une analyse qualitative des différents quartiers ainsi qu'un entretien téléphonique avec la présidente de l'association des commerçants du quartier La Roue, ont permis de mettre en avant plusieurs particularités et initiatives des commerçants d'Anderlecht.

En voici les principaux :

- De nombreux évènements de quartiers :
 - Le dimanche sans voiture (15^{ème} édition annuelle) qui a eu lieu en 2015 le 20 septembre. Lancement de l'opération « animations de rue » par la commune afin de lancer des initiatives locales pour organiser concert, barbecues ...
 - Le marché annuel de la commune d'Anderlecht – 190^e édition en 2015 (Mardi 15 septembre), autour de la place de la vaillance avec un concours animalier sur la place le matin et un concert en fin d'après-midi et en soirée. Marché horticole place de la résistance, brocante rue Brune, du Drapeau et d'Aumale. Rue Wayez : braderie avec 500 échoppes ambulantes. Cet évènement a lieu tous les ans, le mardi suivant la procession de Saint-Guidon, qui a lieu le dimanche suivant le 12 septembre, date d'anniversaire de la mort de Saint-Guidon.
 - Quartier midi : foire du midi, boulevard du midi du 18 juillet au 23 août – 15h à 1h du matin. Plus grande fête foraine annuelle de Belgique (130 attractions & 1 million et demie de visiteurs)
 - La Place Martin Luther King (au nord de la chaussée de Mons) a été récemment rénovée afin d'en faire un lieu de rencontre pour tous.
 - Ninove : Fan Day à Anderlecht, au sein du Parc Astrid. Présentation des joueurs de l'équipe de foot et dédicaces.
 - Animations et décorations de Noël : Place de la vaillance, une centaine de chalets.
 - Cinéma itinérant en plein air (15^e édition en 2015) : 13 soirées gratuites. Anderlecht : place de la résistance
 - Abattoirs Cureghem : le jeudi les abattoirs accueillent le Boeremet, un marché où il est possible de faire son shopping en after work, de 17h à minuit.
 - Marché du Midi le dimanche (boulevard du midi, le plus grand de Belgique, 450 commerçants) et le vendredi, samedi et dimanche aux abattoirs d'Anderlecht (100.000 visiteurs chaque semaine).
 - Journée « Jardins en fête » où sont ouverts au public les jardins privés et semi-privés.
 - Installation de trampolines et de manèges durant l'été 2015 dans le shopping Cora.
 - Brocante annuelle dans le quartier de La Roue – Bizet.

- La plupart des activités organisées par les associations de commerçants et la commune semblent bien accueillies par la population et par les commerçants, cependant une bonne communication permettrait d'optimiser la popularité de celles-ci.

V. Recommandations

➤ **Renouvellement et dynamisme commercial**

Comblent les cellules vides et évitent l'apparition de nouvelles, via un suivi des commerces et des programmes d'aides aux commerçants.

Favoriser les secteurs commerciaux attractifs dans la rue Wayez (ex : équipement de la personne).

Promouvoir la diversité et la qualité de l'offre commerciale dans le centre – Wayez.

Renforcer les spécificités des pôles.

Limiter l'étalement commercial et les fractures commerciales.

Actions : Comblent les cellules vides via un programme de prospection commerciale.

Possibilité de pop-up stores²⁷ dans les espaces commerciaux inutilisés.

Formations pour les commerçants (attractivité des vitrines, animations, etc)

➤ **Renforcement de l'équipement de la personne dans le Centre-Wayez.**

Favoriser le développement de ce secteur commercial pour accroître l'attractivité du cœur historique.

Offrir une offre diversifiée qui correspond à sa clientèle hétérogène et également attractive afin d'accroître sa zone de chalandise. .

Actions : Attirer des enseignes internationales attractives et créatrices de flux

Miser également sur le service et l'accueil d'indépendants spécialisés

➤ **Connexion entre les places**

Plusieurs pôles possèdent des places attractives qu'ils peuvent valoriser. Les places de la Vaillance et de la Résistance pour le Centre-Wayez, et les places du Conseil et Bara pour le quartier du Midi.

Lier ces dernières via des aménagements et des signalétiques cohérentes, des événements scénarisés, etc.

Actions : aménagements urbains, continuité commerciale, signalétique, Place marketing.

²⁷ Ce sont des magasins éphémères conçus sur le concept marketing d'ouverture de point de vente de courtes durées (quelques jours, quelques semaines ou quelques mois).

➤ **Transformer les places en espaces de vie**

Créer des espaces conviviaux, proposant des ambiances spécifiques et attractives. Faire de ces places des étapes incontournables lors des « promenades » en centre-ville. Inviter la population à se (ré)appropriier les lieux.

Actions : Accueillir des événements réguliers
Aménagements urbains conviviaux et propices à la détente
Événements commerciaux éphémères.

➤ **Création d'une boucle commerciale dans le Centre-Wayez.**

Créer un itinéraire commercial cohérent en connectant les places de la Vaillance et de la Résistance. Favoriser le shopping promenade.
Accroître les flux au sein des rues commerçantes principales, qui vont entraîner des retombées positives sur les flux secondaires.

Actions : Localisation stratégique de locomotives commerciales dans le haut/bas de la Rue Wayez pour stimuler l'itinéraire commercial.
Éviter les fractures dans le paysage commercial (dents creuses, cellules vides)
Aménagement urbain adapté et signalétique intuitive

➤ **Présence d'enseignes locomotives au sein de la boucle commerciale**

La localisation stratégique de locomotives commerciales permettra de drainer les flux et de stimuler le parcours complet de la boucle commerciale.
Ces locomotives peuvent se présenter sous la forme d'enseignes internationales ou de concept commerciaux innovants.

Actions : Prospection de locomotives commerciales ou politiques favorisant l'implantation de celles-ci.

➤ **Réaménagement convivial du Centre-Wayez et signalétique adaptée**

Les aménagements urbains permettent d'offrir un cadre agréable et convivial pour favoriser le concept de shopping promenade.
Une signalétique, des repères visuels et des enseignes commerciales cohérentes permettent de favoriser le dynamisme commercial.

Actions : Programme de rénovation urbaine
Règlement d'Urbanisme relatifs aux enseignes commerciales
et à la rénovation du centre

➤ **Amélioration de la mobilité piétonne dans les pôles commerciaux, et particulièrement le Centre-Wayez.**

Voir chapitre sur la mobilité et l'accessibilité

Actions : Limiter la circulation automobile dans le centre
Accroître les zones piétonnes aux abords et à l'intérieur des pôles
Promouvoir les modes doux

➤ **Promouvoir les relations commerciales entre la ville et les commerces**

Maintenir l'entente entre les deux entités. Travailler en commun et communiquer.

Actions : Création d'une cellule développement commercial et événementielle
Communication auprès des commerçants et de la population.
Projets et événements communs portés par l'ensemble des associations de commerçants.

➤ **Promouvoir les évènements et les animations dans les pôles commerciaux**

Développer des actions de promotion de l'offre commerciale et des événements
Communiquer auprès de la population locale et dans la zone de chalandise, voire au-delà. Lier les événements à des thèmes communs entre les pôles tout en mettant en avant les spécificités de chaque pôle.

Actions : Communiquer via les sites internet, les réseaux sociaux, des folders, des panneaux publicitaires.
Relayer les informations entre les pôles commerciaux.

➤ **Optimiser les entrées communales**

Les « entrées de Ville »²⁸ sont des zones d'appel pour les chalands, leur aménagement est donc un enjeu important. En les rendant attractifs et remarquables, les chalands sont interpellés et s'invitent volontiers dans la ville.

Actions : Mise en place de bâtiments remarquables, d'aménagements attractifs.
Rond-point accueillant des œuvres d'art, des aménagements en lien avec le thème. Panneaux indicatifs.

²⁸ Le terme entrée de ville désigne les lieux où les axes de circulation pénètrent dans la commune ou la contournent. Ces espaces dits de passage, véhiculent, volontairement ou non, des images qui sont associées à la commune.

➤ **Eviter la concurrence commerciale entre les pôles commerciaux**

Les pôles doivent de rester complémentaires au centre-ville, et non concurrentiels. Leurs offres commerciales doivent donc rester différentes. Eviter de proposer des offres similaires, promouvoir la diversification et la spécialisation.

Eviter également que certains pôles deviennent des centralités autarciques, concentrant la majorité des flux sans retombées pour les autres pôles.

Actions : Contrôle des permis socio-économiques

Publicité pour les commerces des autres pôles au sein des pôles visités.

(Panneaux publicitaires, carte de fidélité, etc)

➤ **Améliorer les connexions entre les pôles commerciaux.**

Accroître les flux entre les différents pôles commerciaux de la commune.

Favoriser les offres commerciales complémentaires. Créer des liens entre les pôles via des rappels visuels, actions commerciales, de la publicité, etc.

Actions : Promouvoir des actions commerciales, d'échanges, de fidélisation interpôles.

Indiquer via des panneaux informatifs les commerces présents dans les autres pôles.

➤ **Maintenir le dynamisme des pôles attractifs et profiter de leurs notoriétés.**

Les pôles Cureghem, Westaldn et Chaussée de Mons (Brico, IKEA) ont des attractivités suprarégionales. Il est donc important de mettre en valeur leurs atouts et de pouvoir stimuler les retombées sur les autres commerces et autres pôles.

Actions : Mise en avant des spécificités et atouts commerciaux

Publicités communes entre les pôles.

Mise en avant de l'attractivité pour les investisseurs.

➤ **Promouvoir la densification commerciale au profit de l'étalement des commerces**

Limiter la dispersion des commerces. Promouvoir la densification au profit de l'étalement urbain. Cibler les cellules vides se localisant en dehors des pôles, inciter leur propriétaire à les reconvertir en logement.

Actions : Rester vigilant face aux demandes de permis socio-économique (permis d'urbanisme) et aux projets commerciaux.

Mise en place d'une taxe pénalisant les cellules commerciales non occupées.

➤ **Optimiser l'insertion et les connexions entre les futurs projets commerciaux et les pôles existants**

Les nouveaux projets commerciaux doivent rester complémentaires à l'offre commerciale existante et doivent être non concurrentiels. Le nombre de pôles commerciaux étant actuellement important, il est important de ne pas recréer de polarités supplémentaires afin de ne pas saturer davantage l'offre commerciale.

Actions : promouvoir les actions commerciales et la communication entre les pôles.

➤ **Communiquer sur l'offre commerciale et ses spécificités**

Communiquer davantage sur l'offre commerciale, sa diversité et l'expérience shopping que la commune peut offrir.

Actions : Mise en place d'une cellule administrative de développement commercial et évènementiel. Utiliser tous les canaux pour communiquer (presse, internet, commerçants, etc).

➤ **Maintenir une offre commerciale de proximité suffisante**

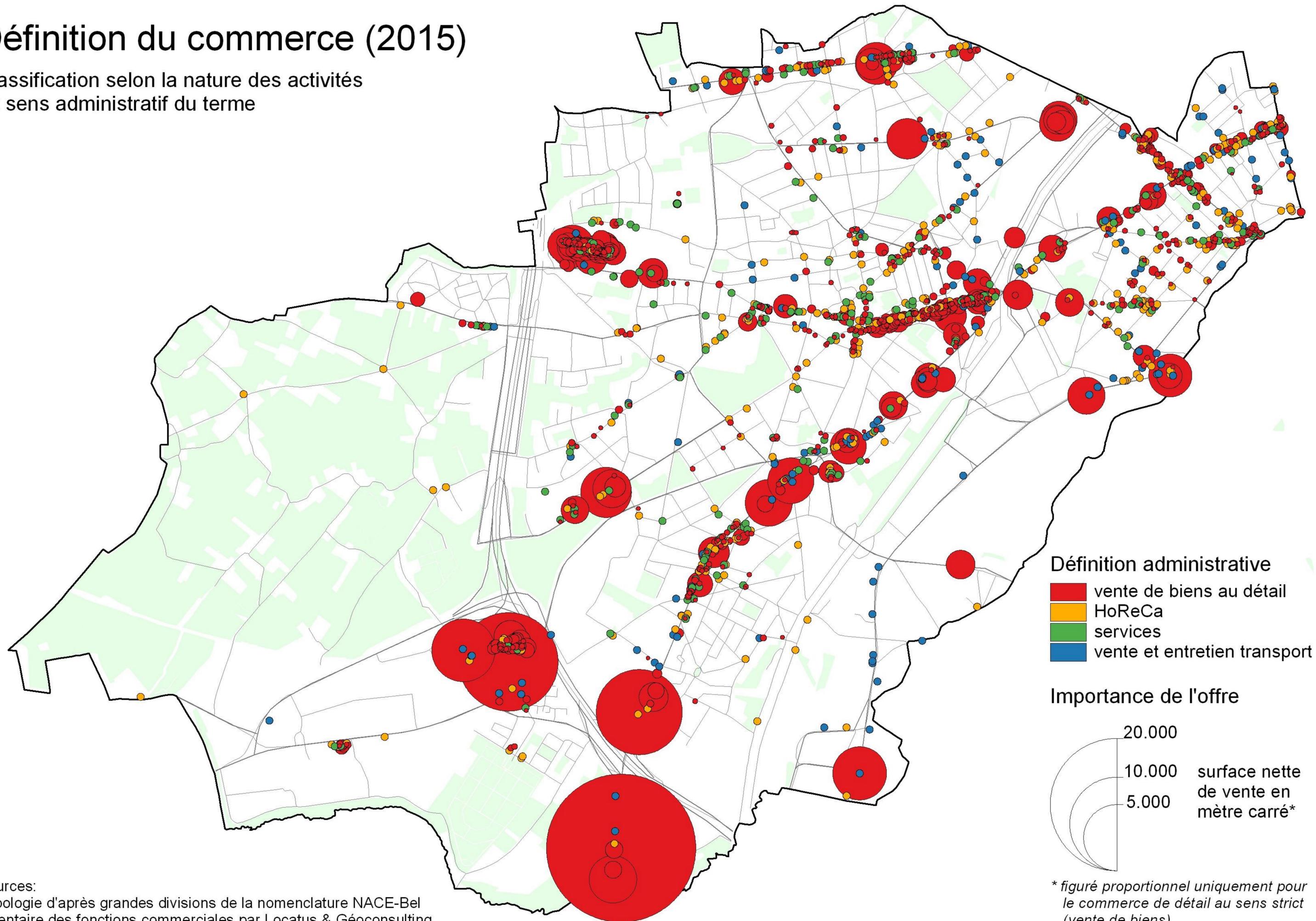
Les densités de population étant importantes au sein de la commune, il est important de pouvoir offrir une offre en achats de proximité suffisante et capable de pouvoir répondre aux besoins futurs de celle-ci (prise en compte de la croissance démographique).

Actions : Protection des commerces de proximité dans les quartiers densément peuplés.
Evaluation constante de l'offre commerciale (webobservatoire)

VI. Annexes

Définition du commerce (2015)

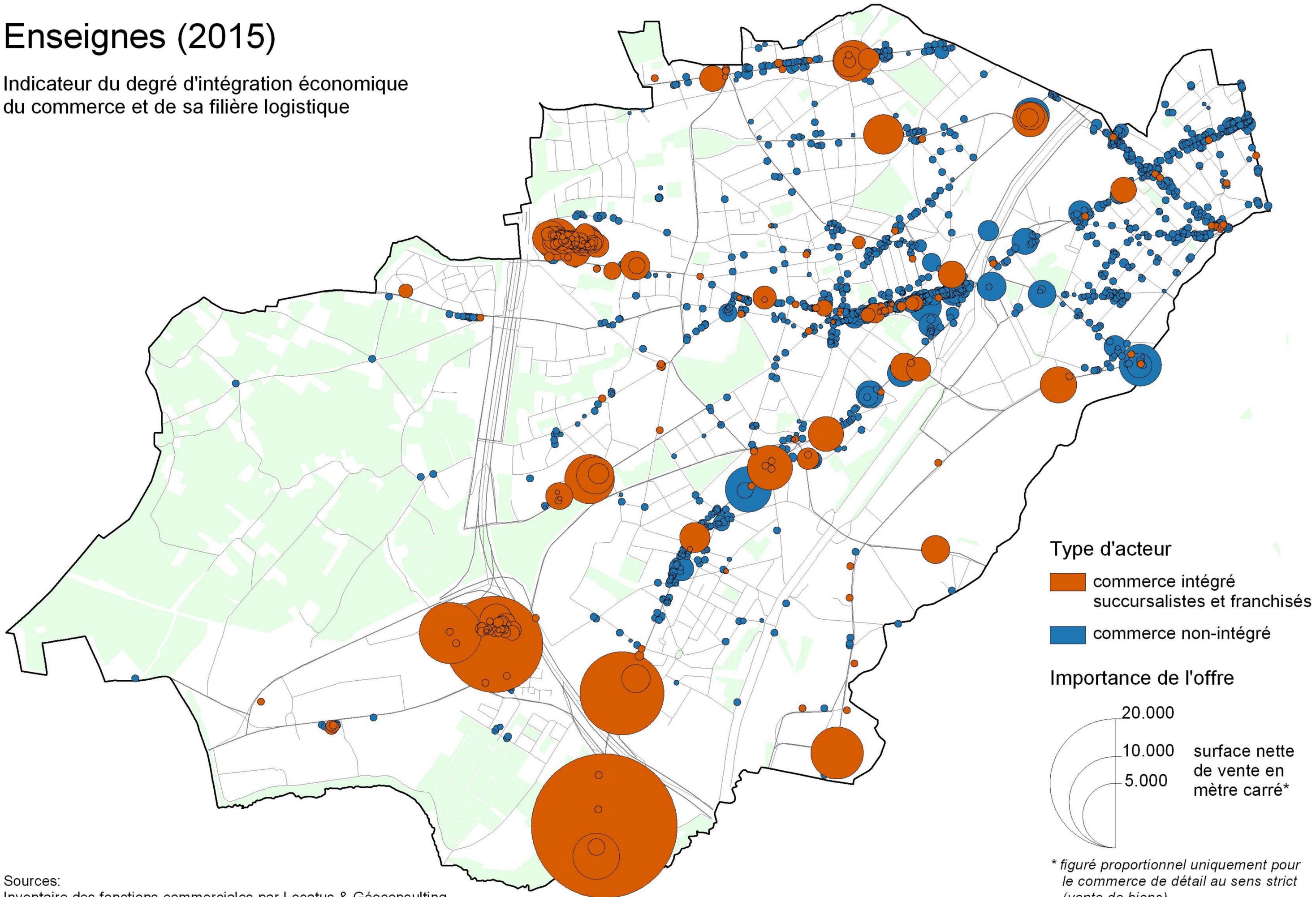
Classification selon la nature des activités
au sens administratif du terme



Sources:
Typologie d'après grandes divisions de la nomenclature NACE-Bel
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

Enseignes (2015)

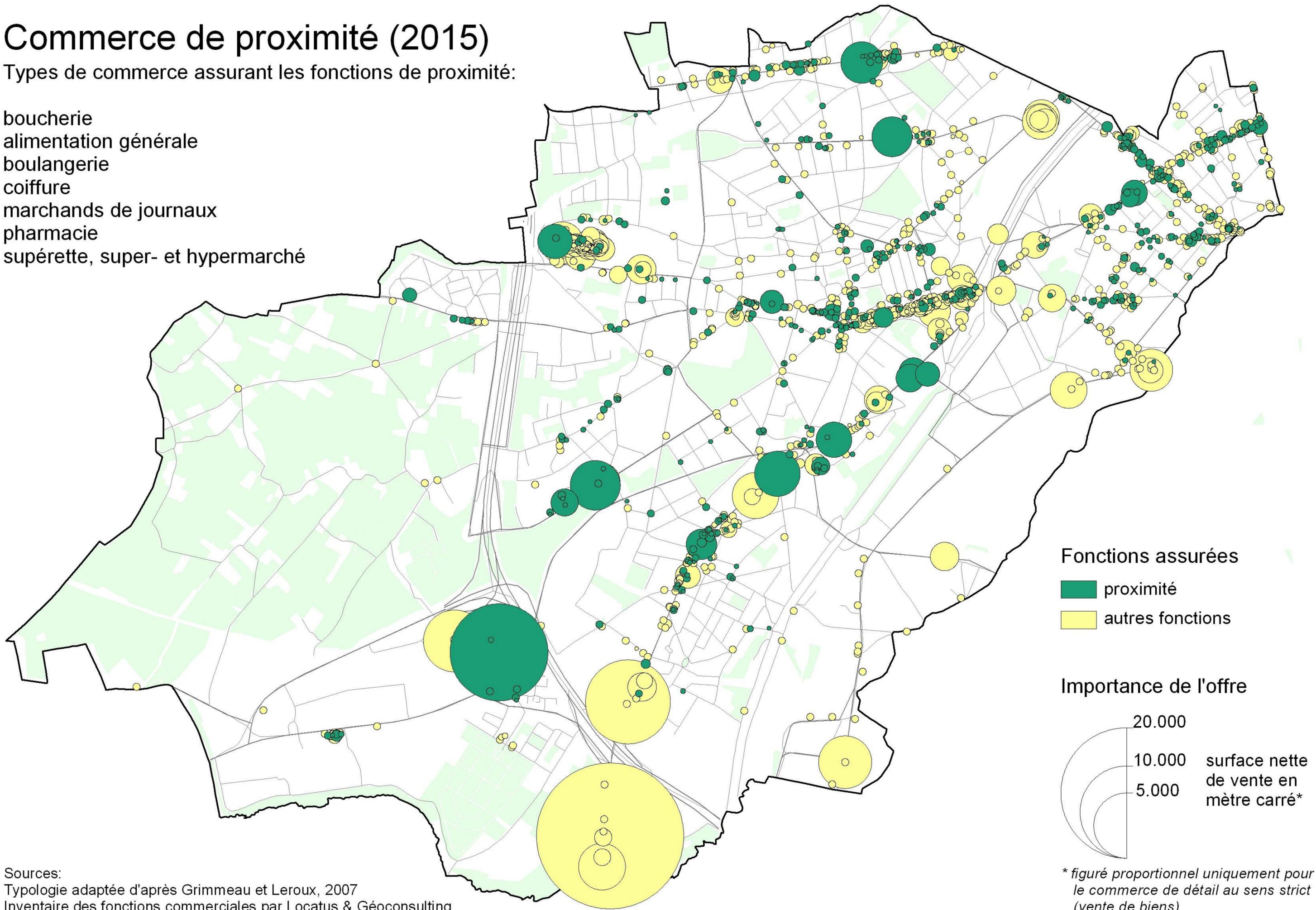
Indicateur du degré d'intégration économique
du commerce et de sa filière logistique



Commerce de proximité (2015)

Types de commerce assurant les fonctions de proximité:

- boucherie
- alimentation générale
- boulangerie
- coiffure
- marchands de journaux
- pharmacie
- supérette, super- et hypermarché

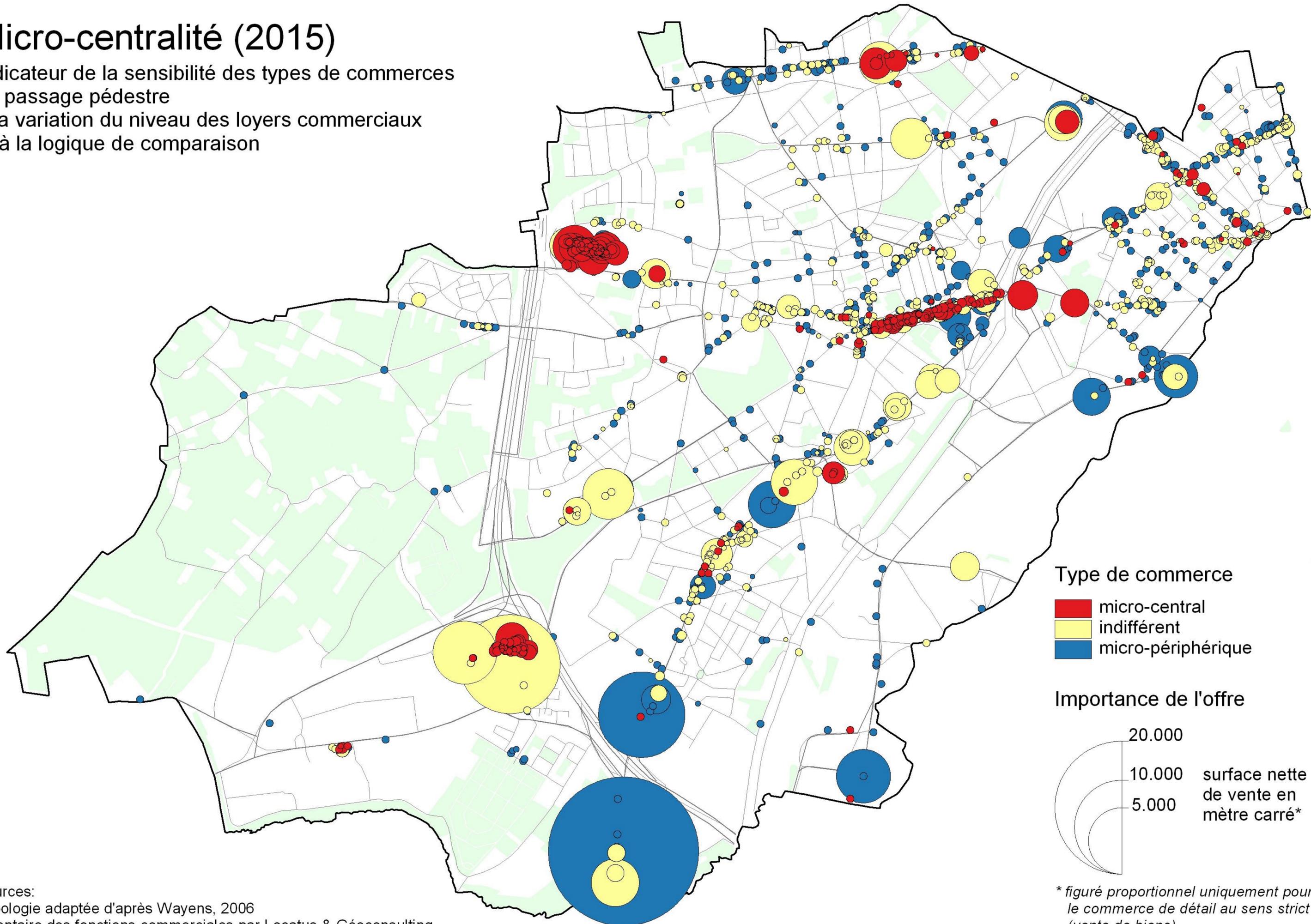


Sources:
Typologie adaptée d'après Grimmeau et Leroux, 2007
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

* figuré proportionnel uniquement pour le commerce de détail au sens strict (vente de biens)

Micro-centralité (2015)

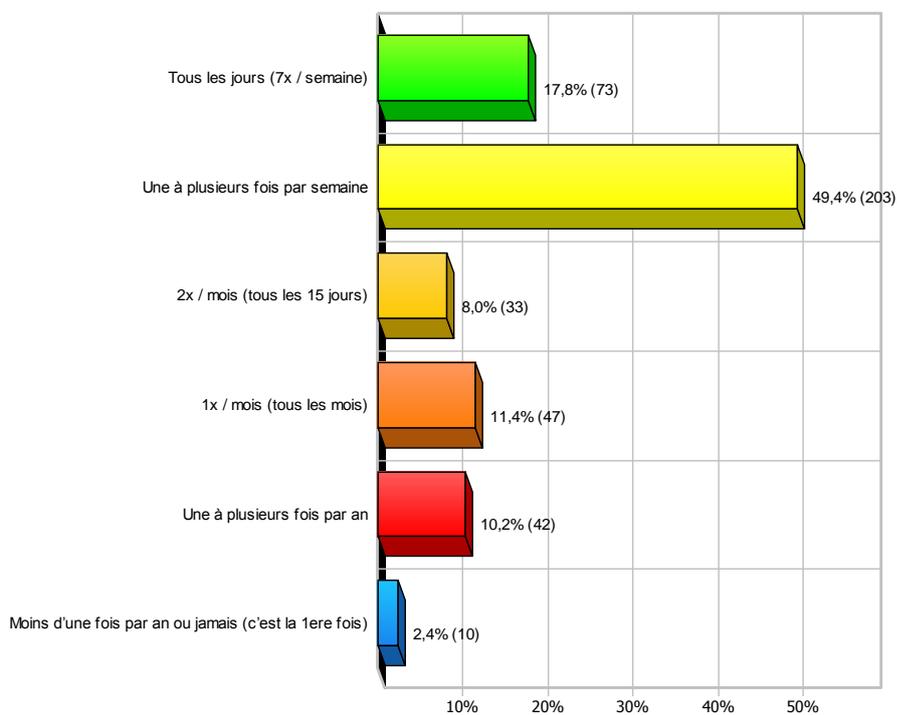
Indicateur de la sensibilité des types de commerces
au passage piéton
à la variation du niveau des loyers commerciaux
et à la logique de comparaison



Sources:
Typologie adaptée d'après Wayens, 2006
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

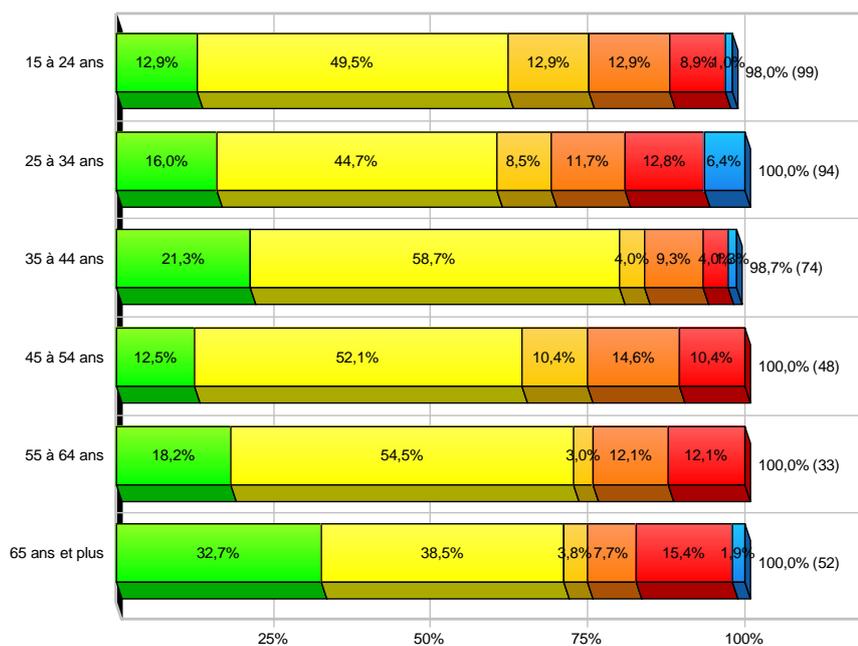
* figuré proportionnel uniquement pour le commerce de détail au sens strict (vente de biens)

Annexe des enquêtes effectuées dans les pôles commerciaux d'Anderlecht.



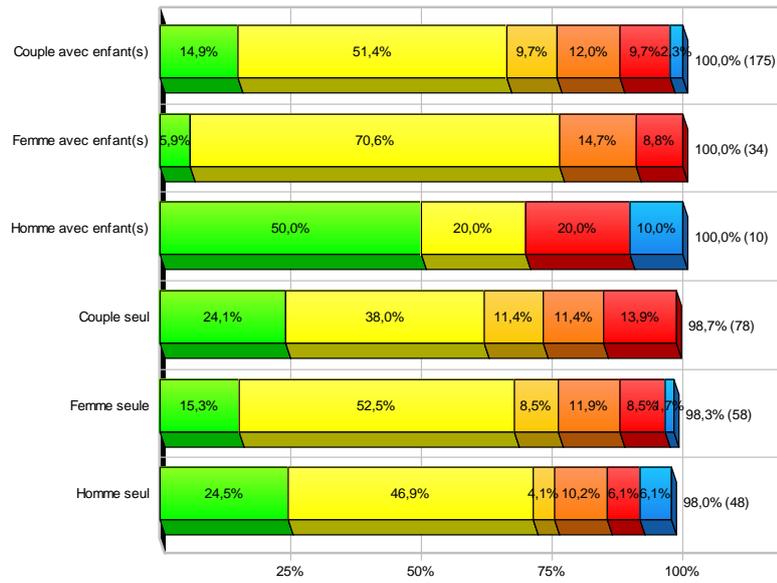
« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



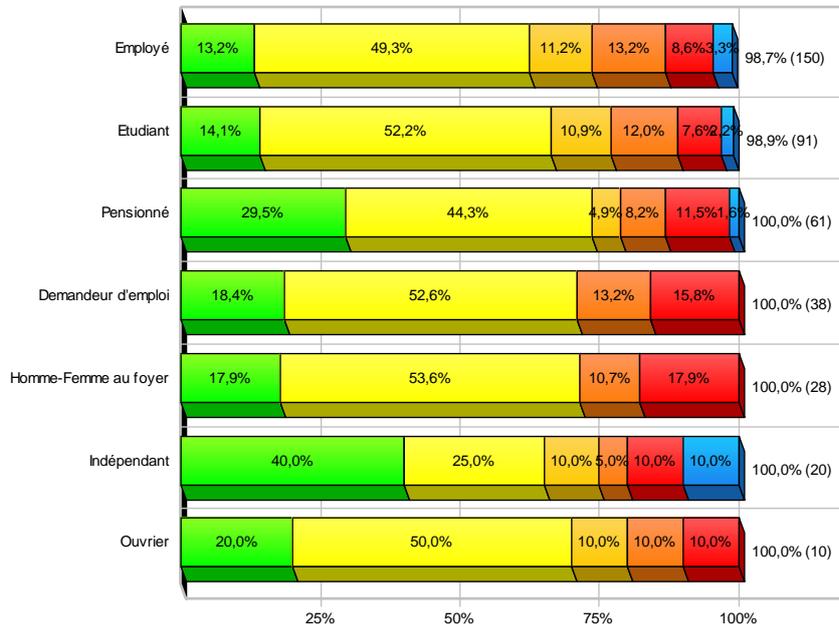
« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? En fonction de l'âge »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

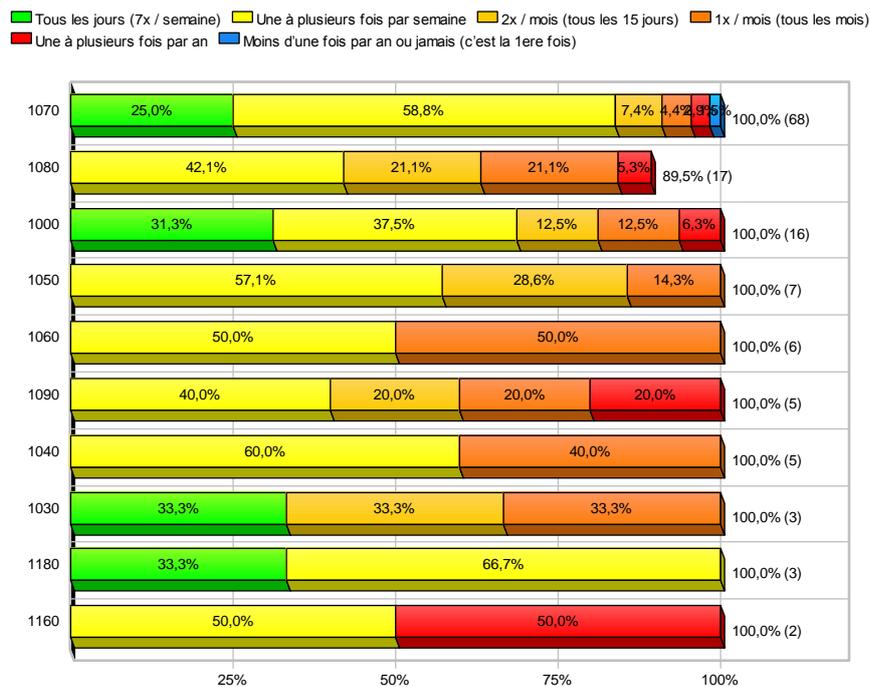


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial et quelle est votre composition de ménage ? »

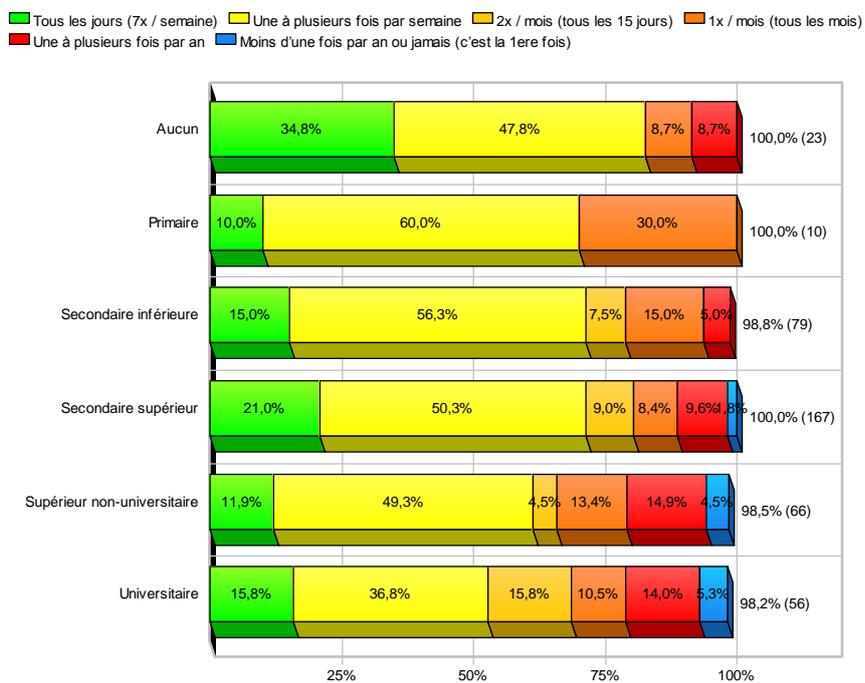
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial et quel est votre statut socioprofessionnel ? »

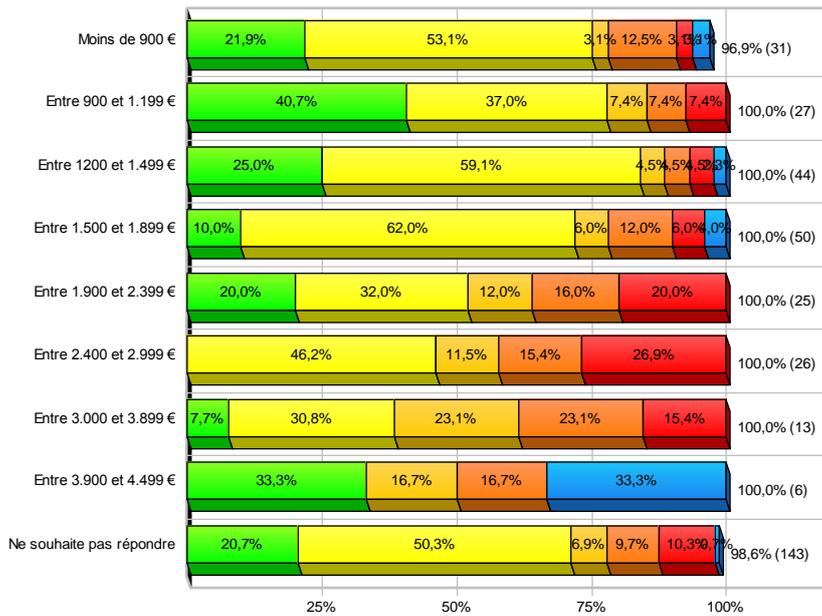


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? » En fonction du lieu de travail.



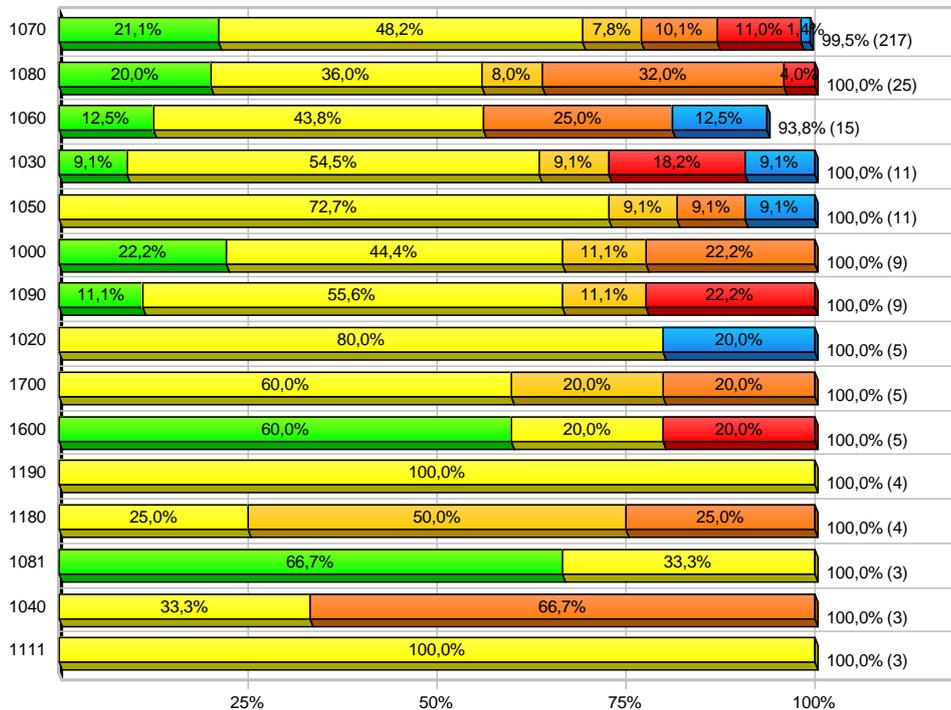
Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction du plus haut diplôme obtenu par l'enquêté.

■ Tous les jours (7x / semaine)
■ Une à plusieurs fois par semaine
■ 2x / mois (tous les 15 jours)
■ 1x / mois (tous les mois)
■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)
■ Une à plusieurs fois par an



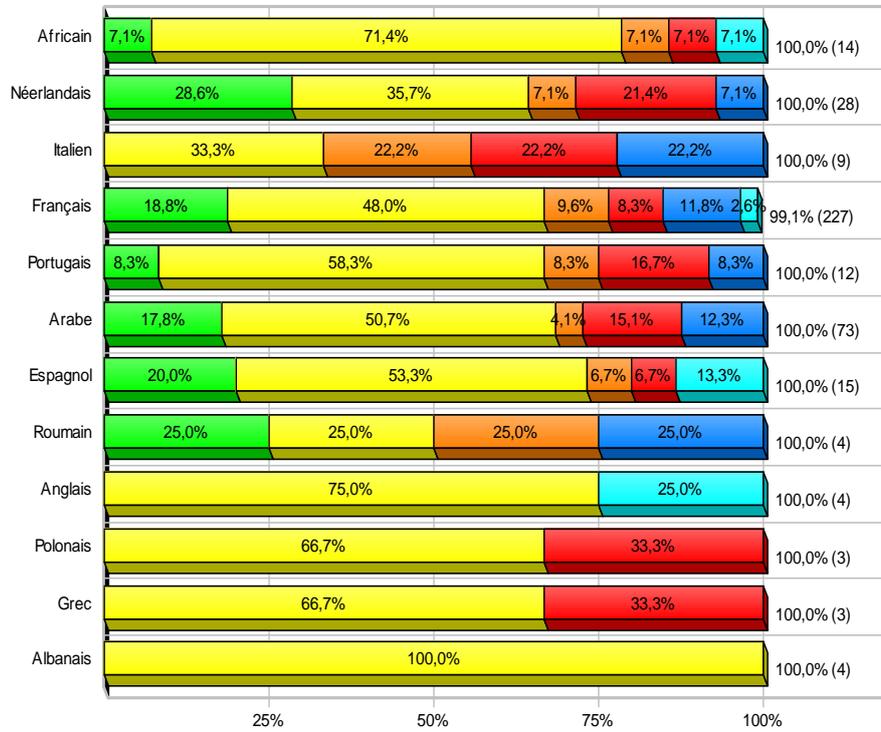
Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction des revenus mensuels

■ Tous les jours (7x / semaine)
■ Une à plusieurs fois par semaine
■ 2x / mois (tous les 15 jours)
■ 1x / mois (tous les mois)
■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)
■ Une à plusieurs fois par an



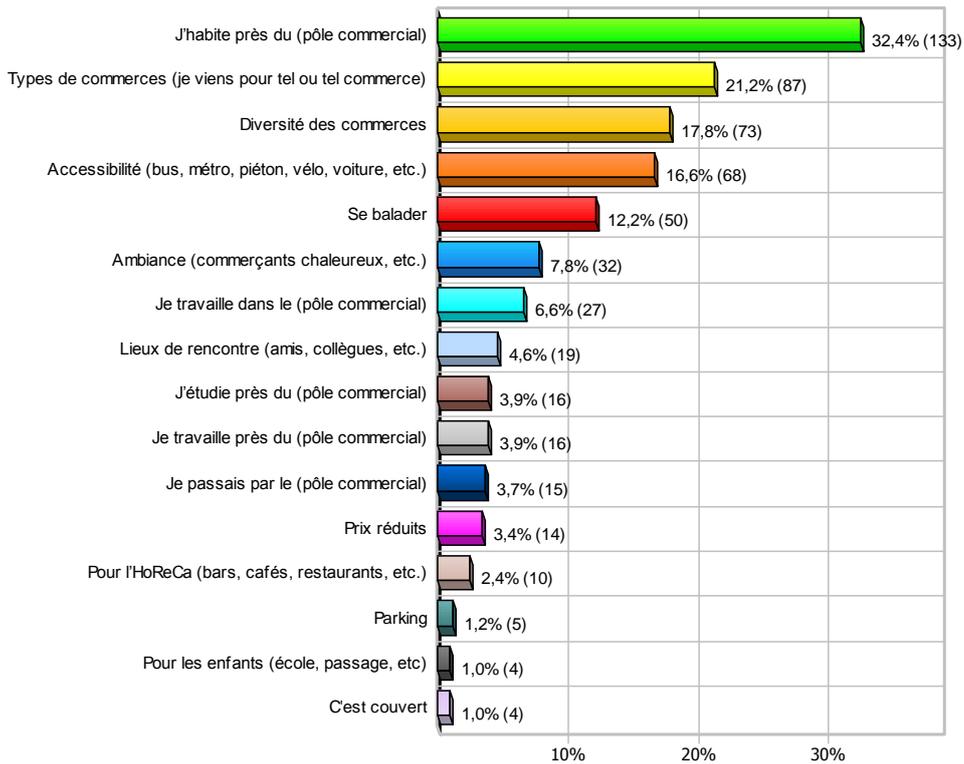
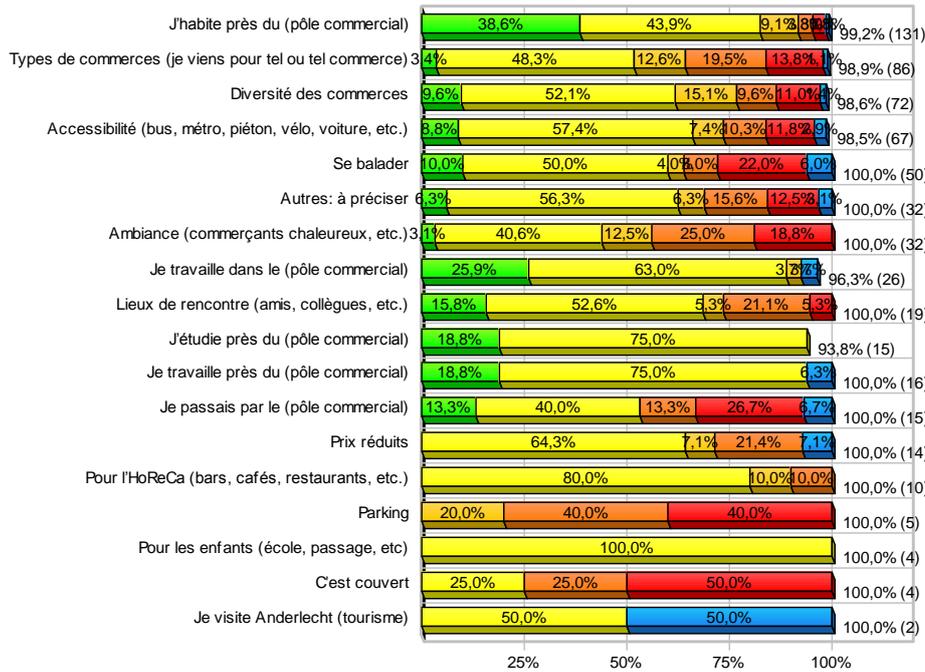
« A quelle fréquence effectuez-vous des achats dans le pôle commercial ? » selon la commune de résidence

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



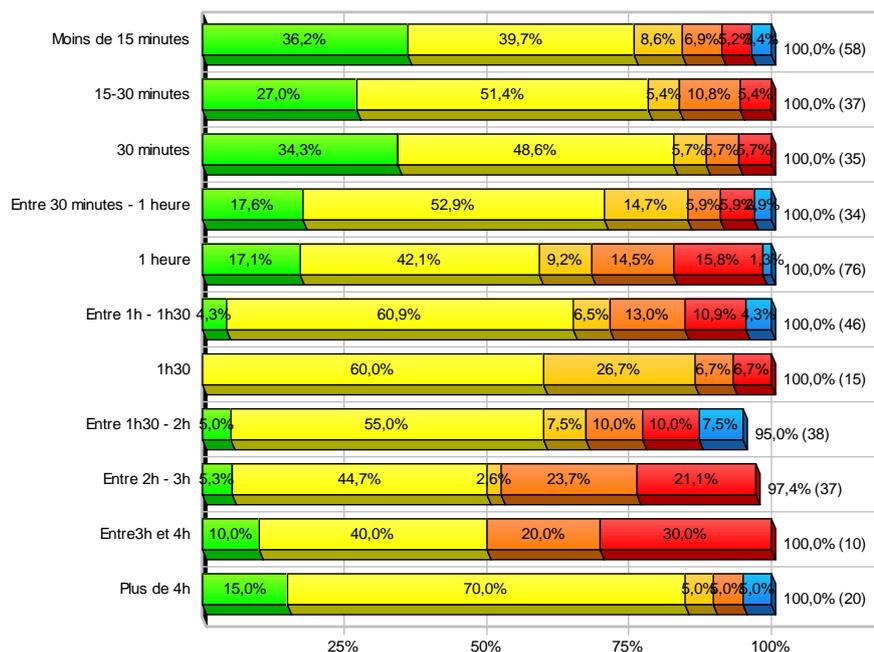
A quelle fréquence vous rendez-vous dans un des pôles commerciaux ? En fonction de la langue maternelle.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



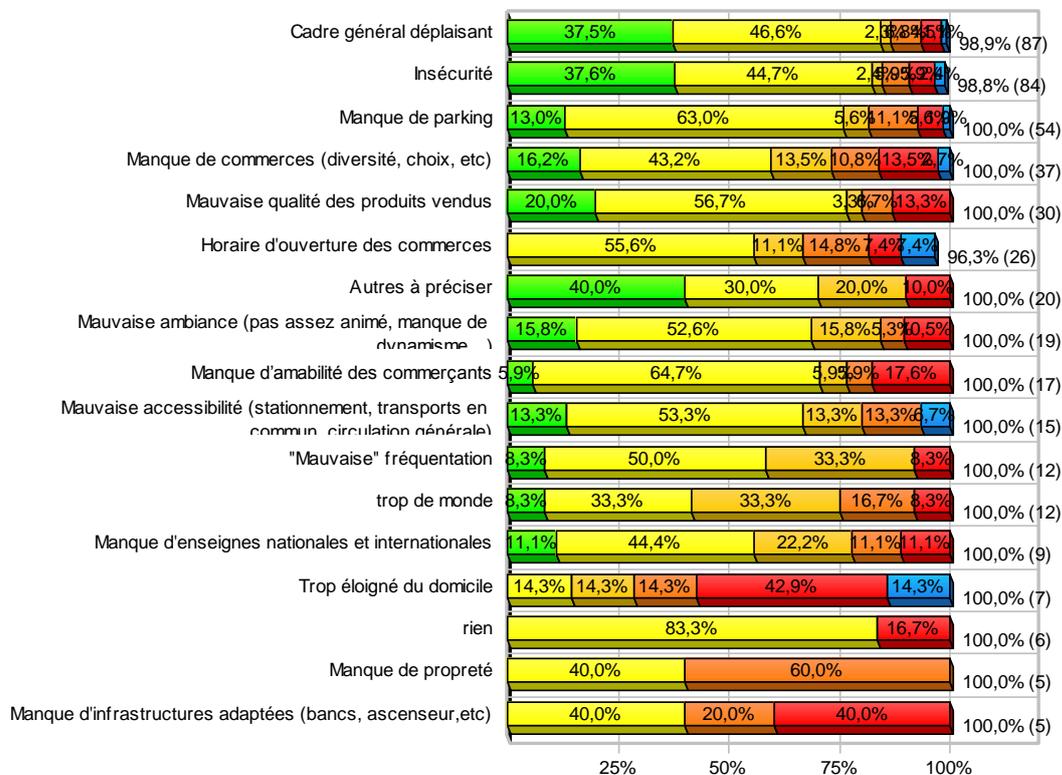
« Pour quelle raison venez-vous dans un des pôles commerciaux ? » indépendamment du pôle commercial

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence venez-vous dans un des pôles commerciaux et combien de temps comptez-vous y passer ? »

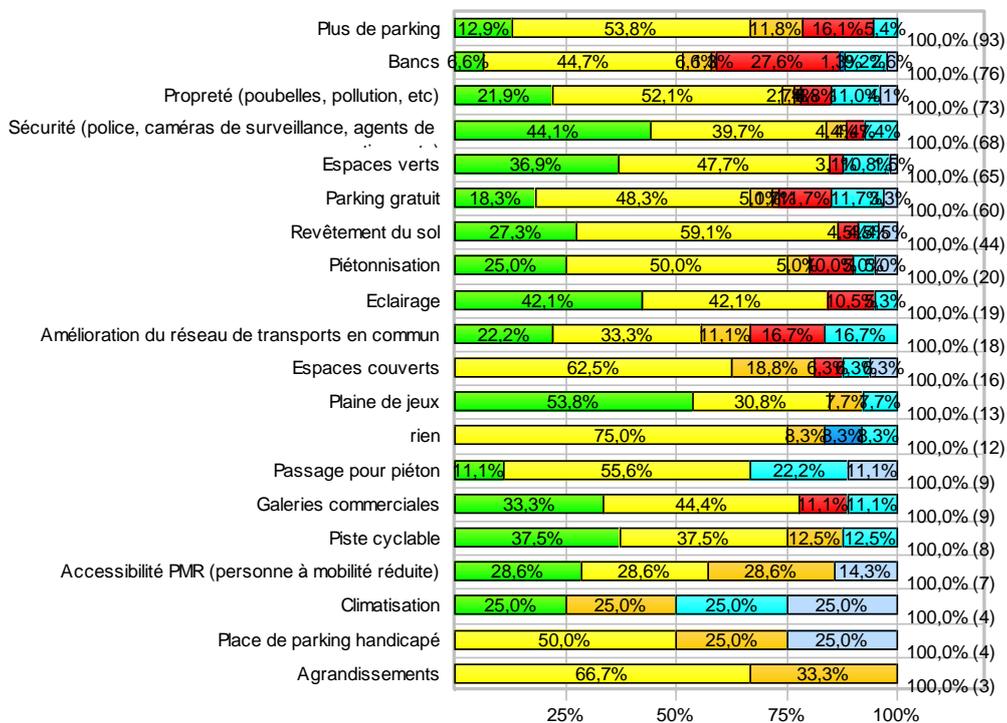
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« Quels sont les points faibles du pôle commercial selon vous ? En fonction de la

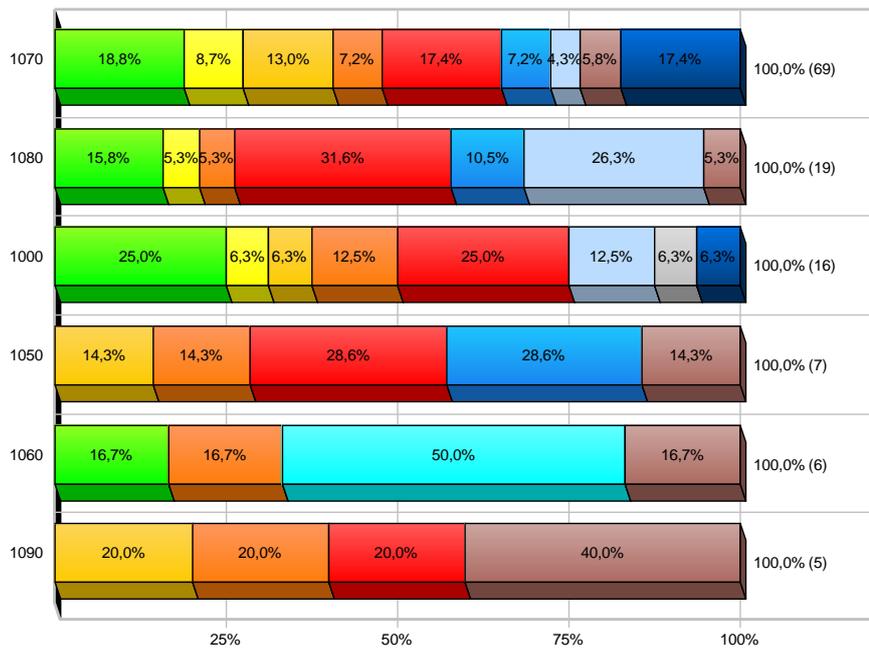
fréquentation. »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an/1x / mois (tous les mois)
■ Une à plusieurs fois par an
■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



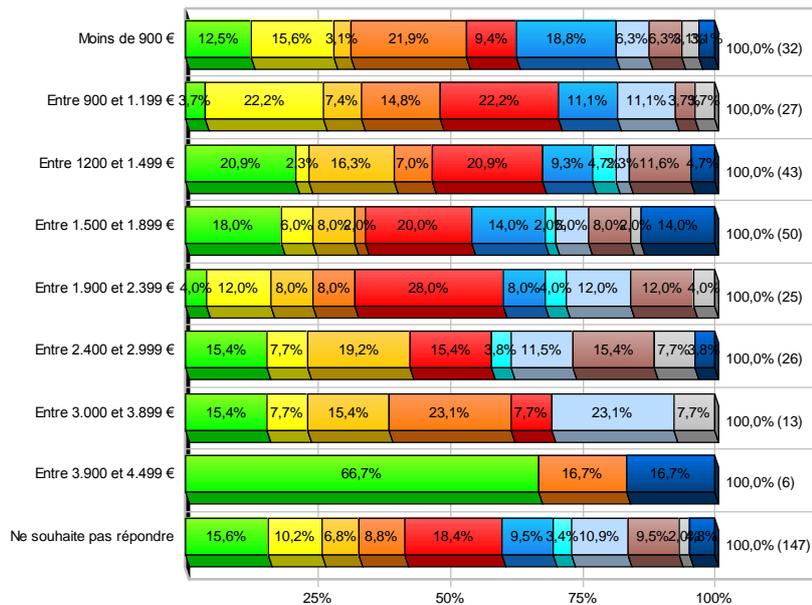
« Selon vous, que pourrait améliorer la commune en termes d'aménagements urbain pour le pôle commercial ? » En fonction de la fréquentation.

■ Moins de 15 minutes ■ 15-30 minutes ■ 30 minutes ■ Entre 30 minutes - 1 heure ■ 1 heure ■ Entre 1h - 1h30 ■ 1h30
■ Entre 1h30 - 2h ■ Entre 2h - 3h ■ Entre 3h et 4h ■ Plus de 4h



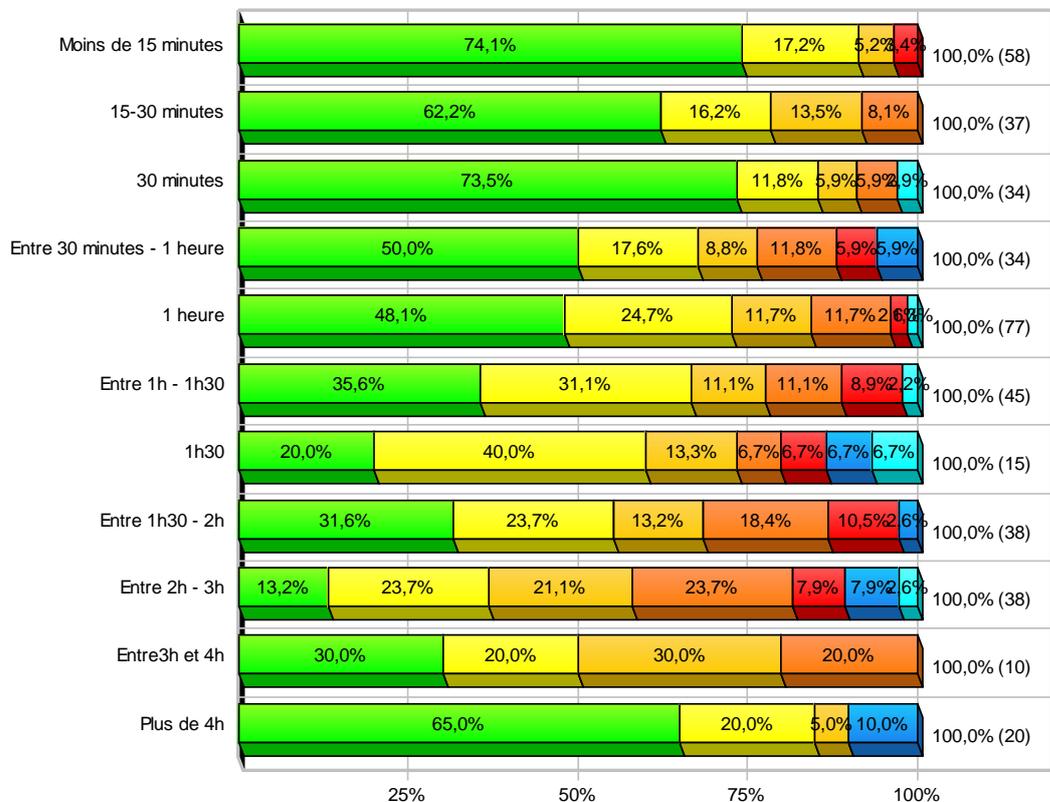
« Combien de temps passez-vous dans un des pôles commerciaux ? » en fonction de la commune de résidence.

■ Moins de 15 minutes ■ 15-30 minutes ■ 30 minutes ■ Entre 30 minutes - 1 heure ■ 1 heure ■ Entre 1h - 1h30 ■ 1h30
■ Entre 1h30 - 2h ■ Entre 2h - 3h ■ Entre 3h et 4h ■ Plus de 4h

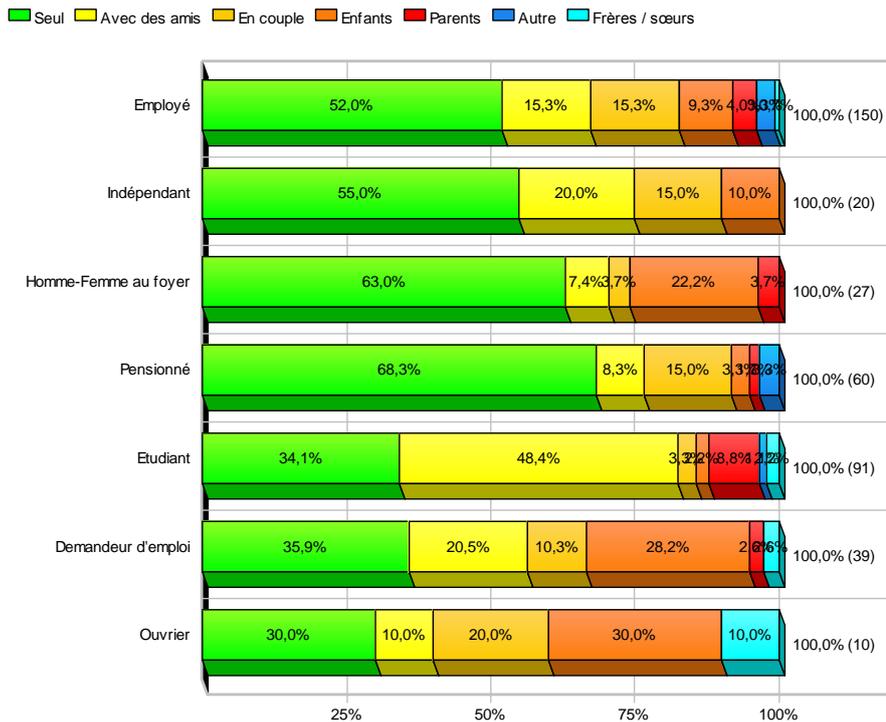


« Combien de temps passez-vous dans un des pôles commerciaux ? » en fonction du revenu mensuel des ménages.

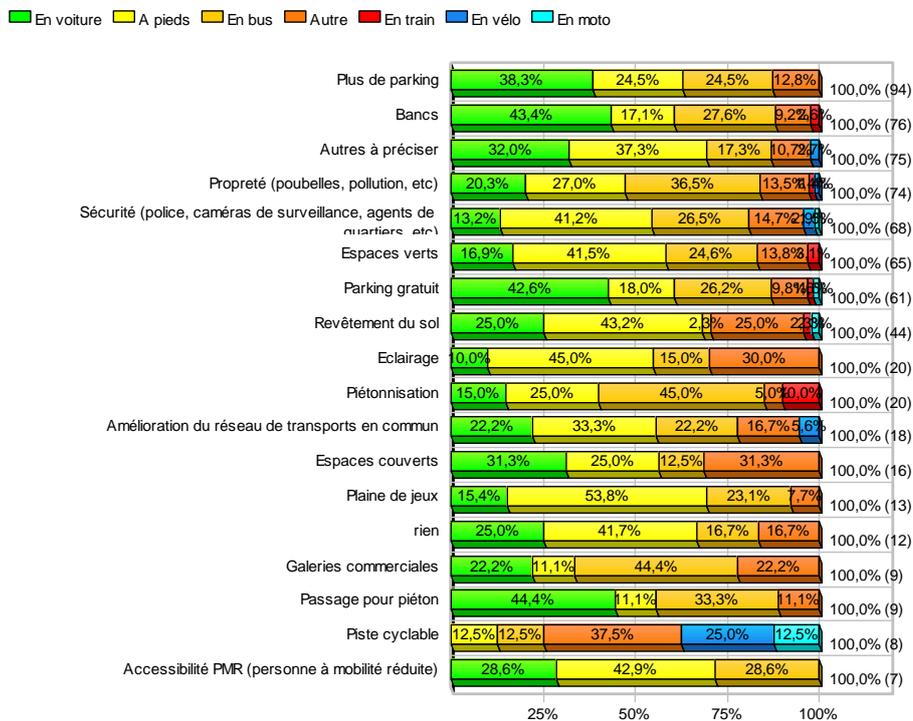
■ Seul
 ■ Avec des amis
 ■ En couple
 ■ Enfants
 ■ Parents
 ■ Autre
 ■ Frères / sœurs



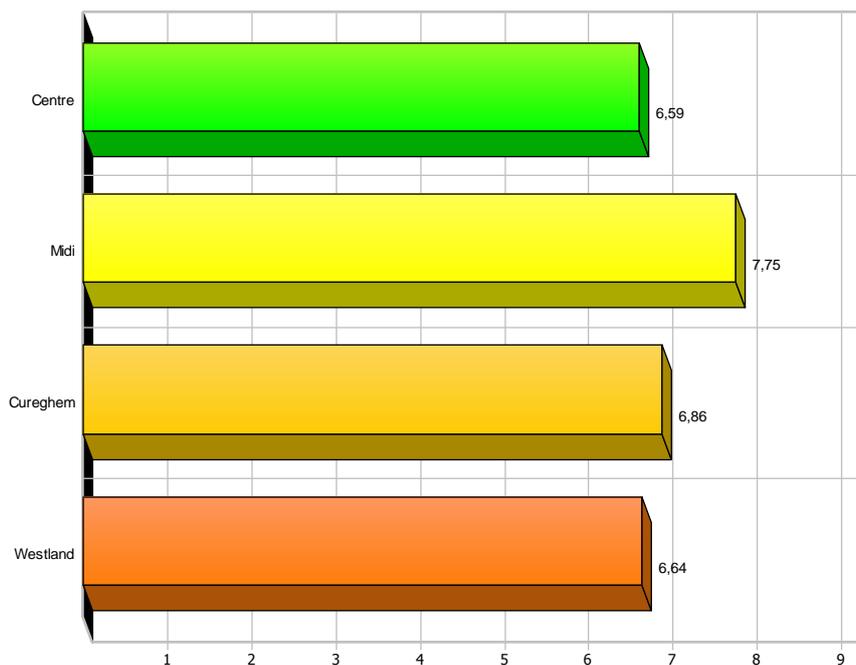
« Combien de temps passez-vous dans le pôle commercial ciblé et venez-vous accompagné ou seul ? »



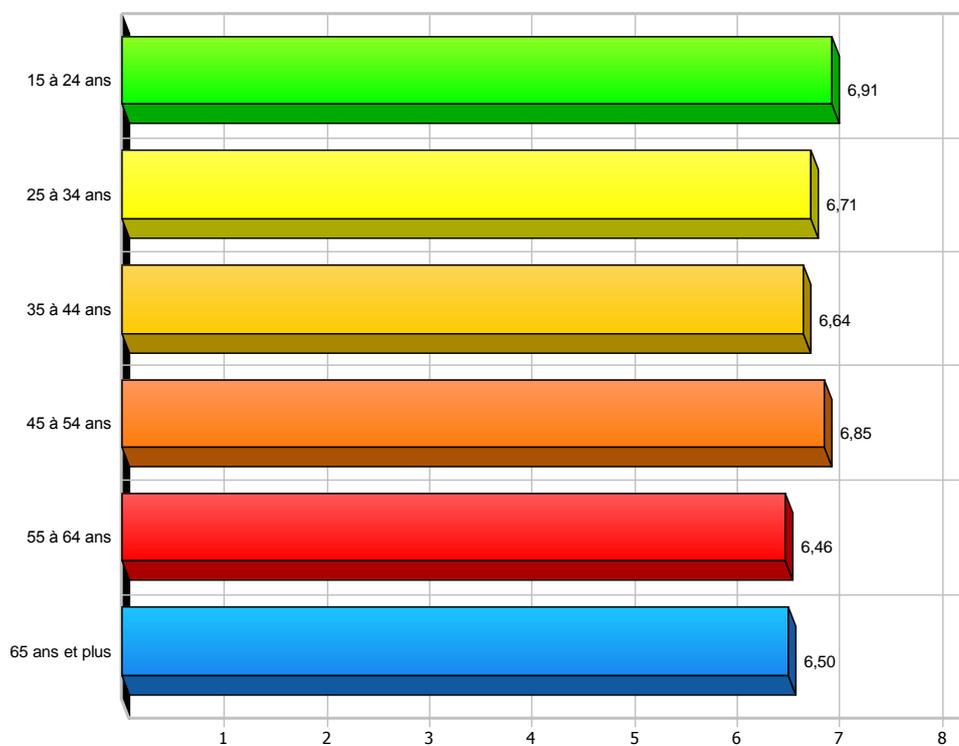
« Venez-vous seul ou accompagné dans le pôle commercial ciblé ? » En fonction du statut socioprofessionnel



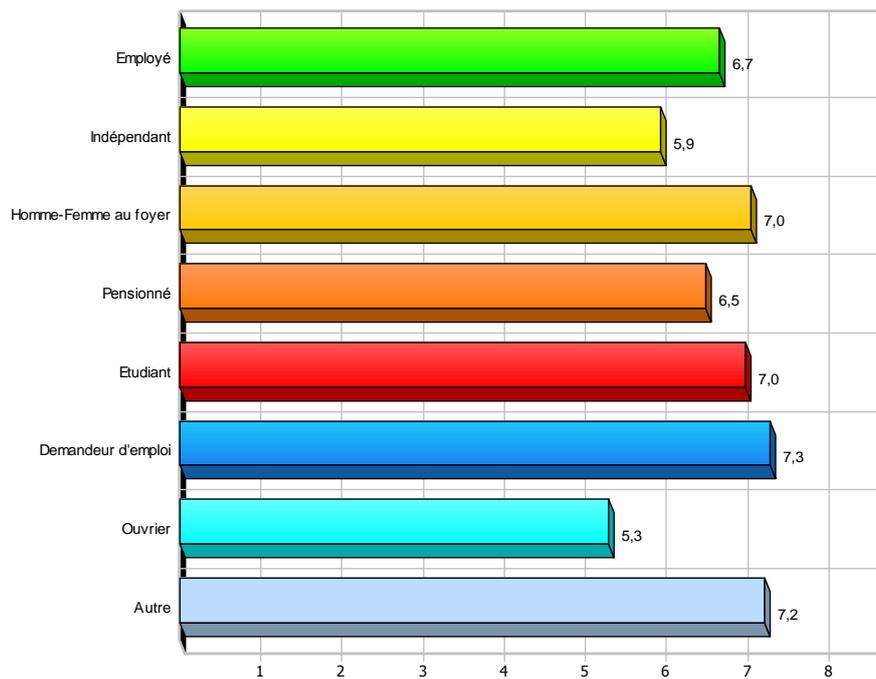
« Selon vous que pensez-vous que la commune doit améliorer ? » En fonction du moyen de transport utilisé par l'enquêté pour se rendre dans l'un des pôles commerciaux



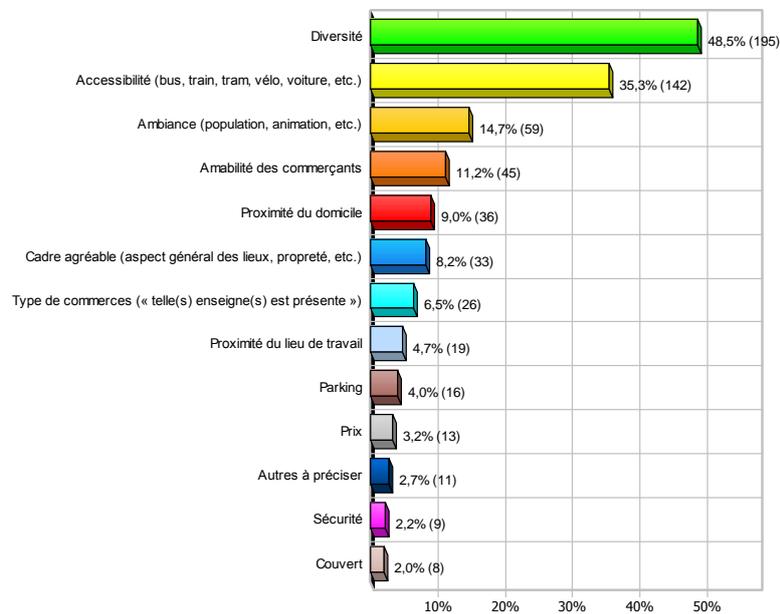
« Satisfaction générale sur une échelle de 1 à 10 des différents pôles commerciaux enquêtés »



« Satisfaction globale sur une échelle de 1 à 10 en fonction de l'âge des personnes interrogées »

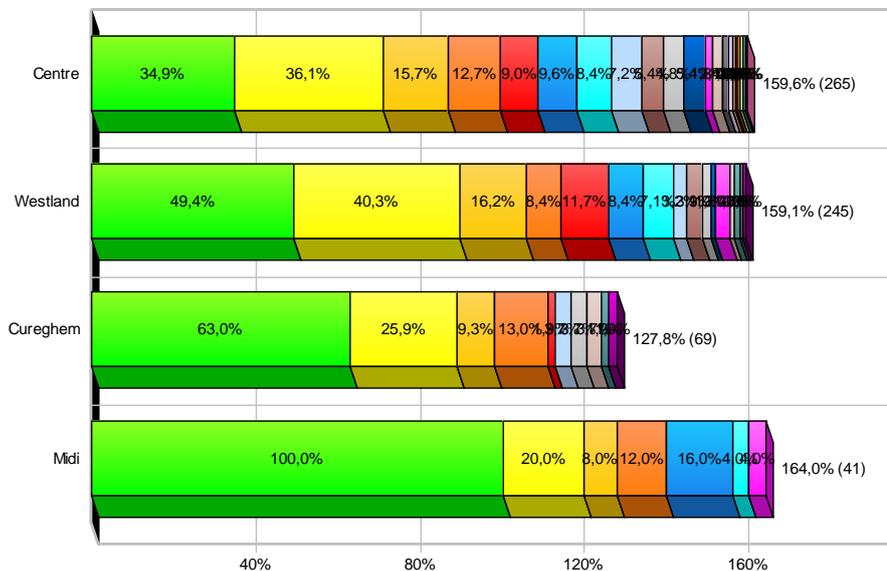


« Satisfaction globale sur une échelle de 1 à 10 en fonction de la situation socioprofessionnelle des personnes interrogées »

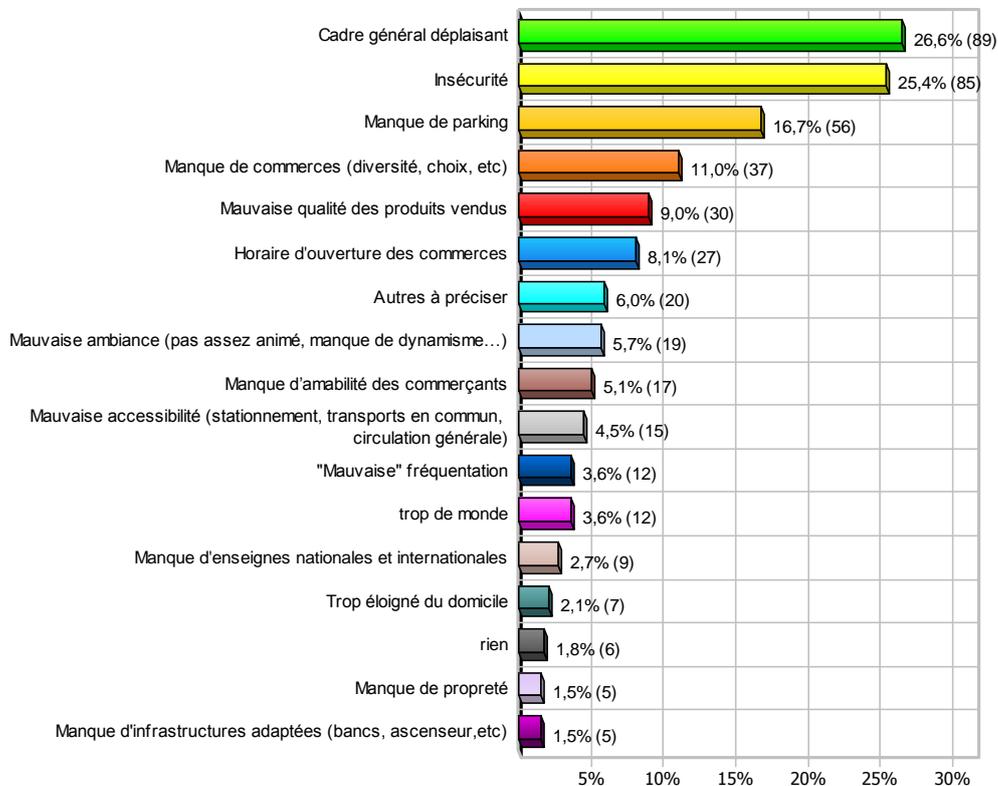


« Les points forts des pôles commerciaux, tous pôles confondus »

■ Diversité ■ Accessibilité (bus, train, tram, vélo, voiture, etc.) ■ Ambiance (population, animation, etc.)
■ Amabilité des commerçants ■ Proximité du domicile ■ Cadre agréable (aspect général des lieux, propreté, etc.)
■ Type de commerces (« telle(s) enseigne(s) est présente ») ■ Proximité du lieu de travail ■ Parking ■ prix ■ Autres à préciser
■ Sécurité ■ couvert ■ Qualité des produits vendus ■ Stationnement ■ proximité du centre ■ popularité
■ plus d'offre que de demande ■ concurrence ■ petit ■ Fermeture tardive des commerces
■ zone pour les mamans et leurs enfants ■ proximité ■ petits commerçants indépendants

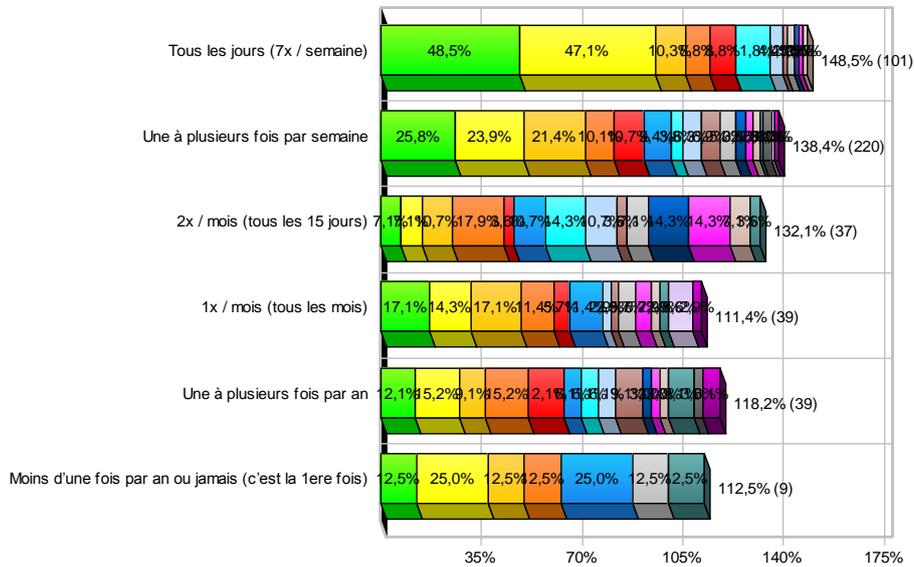


« Points forts retenus en fonction des différents pôles commerciaux enquêtés »

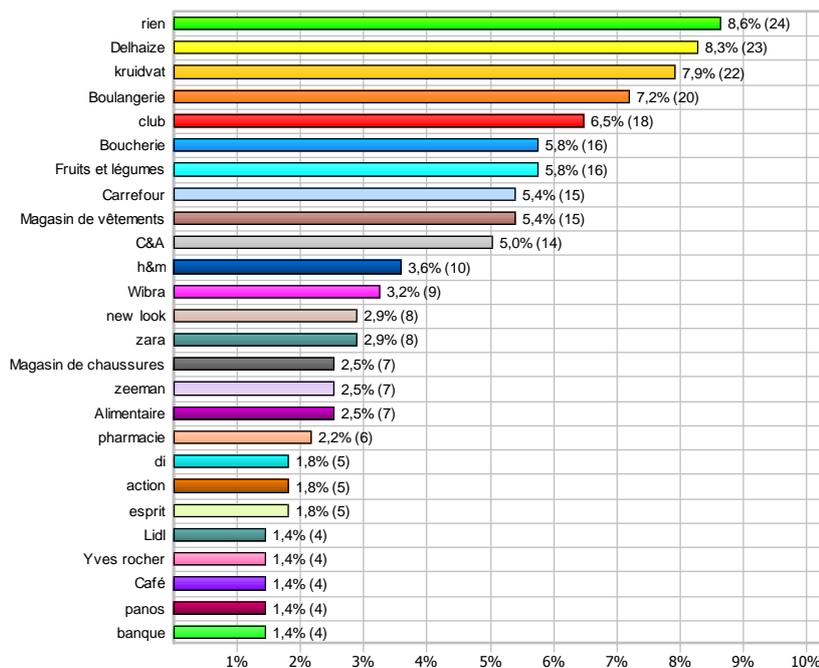


« points faibles retenus par les enquêtés, tous pôles commerciaux confondus »

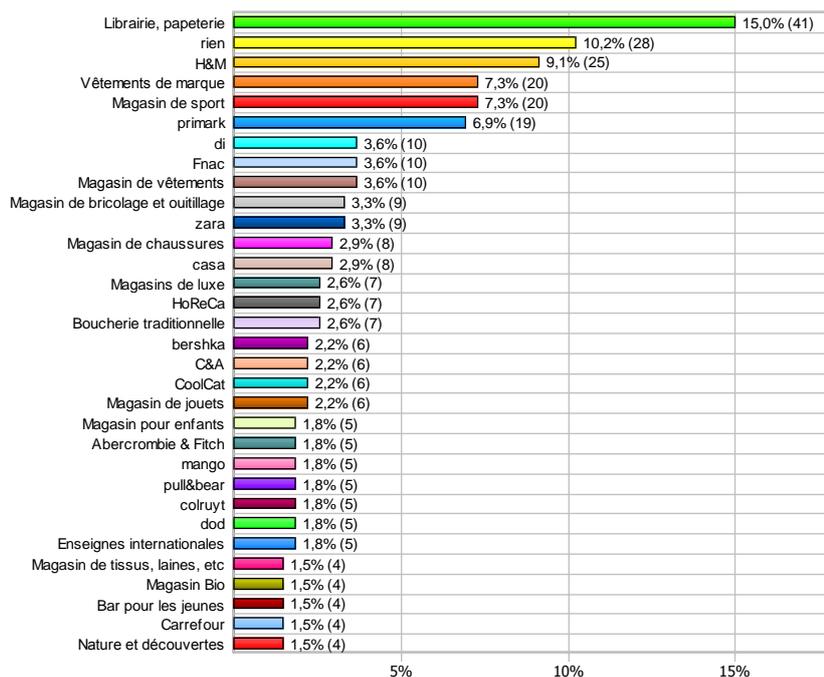
■ Cadre général déplaisant ■ Insécurité ■ Manque de parking ■ Manque de commerces (diversité, choix, etc)
■ Mauvaise qualité des produits vendus ■ Horaire d'ouverture des commerces ■ Autres à préciser
■ Mauvaise ambiance (pas assez animé, manque de dynamisme...) ■ Manque d'amabilité des commerçants
■ Mauvaise accessibilité (stationnement, transports en commun, circulation générale) ■ "Mauvaise" fréquentation ■ trop de monde
■ Manque d'enseignes nationales et internationales ■ Trop éloigné du domicile ■ rien ■ Manque de propreté
■ Manque d'infrastructures adaptées (bancs, ascenseur, etc)



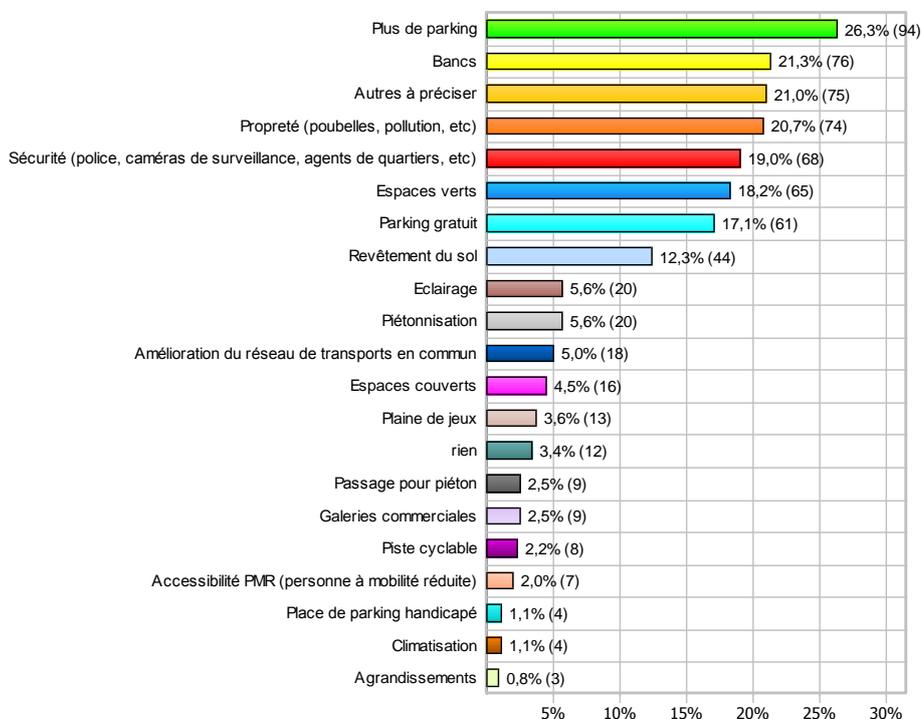
« Les points faibles des pôles commerciaux en fonction du taux de fréquentation de celui-ci »



« Aujourd'hui, dans quels commerces allez-vous effectuer vos achats ? » tous pôles confondus.

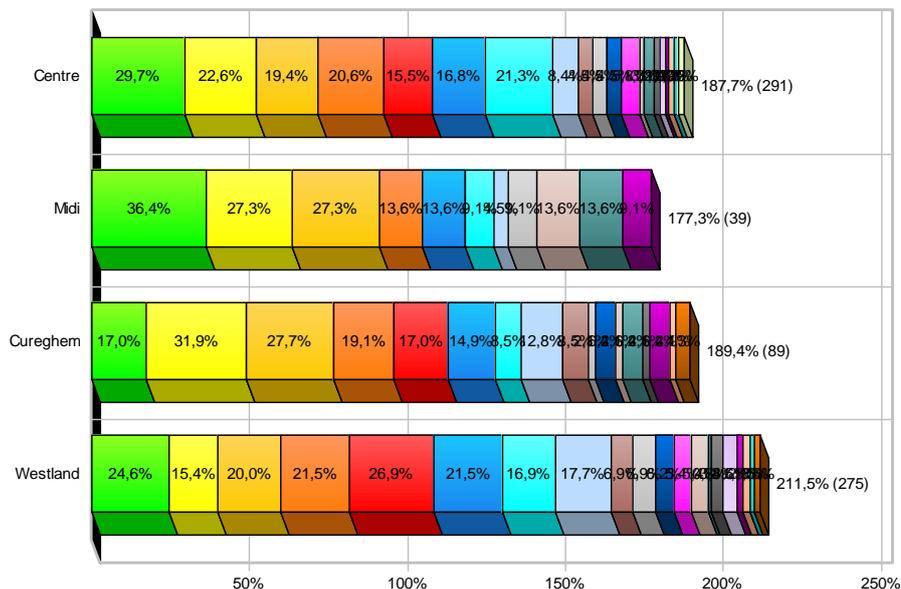


« Citez dans l'ordre 3 magasins que vous aimeriez voir s'implanter dans ce pôle commercial ? »

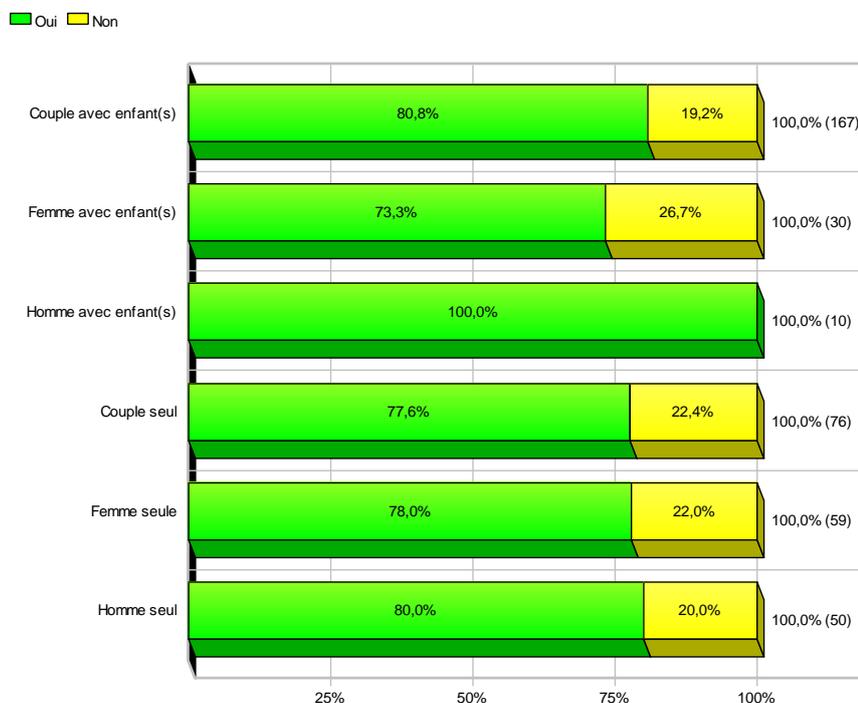


« Selon vous qu'est-ce que la commune pourrait améliorer en terme d'aménagements urbains pour le pôle commercial ? »

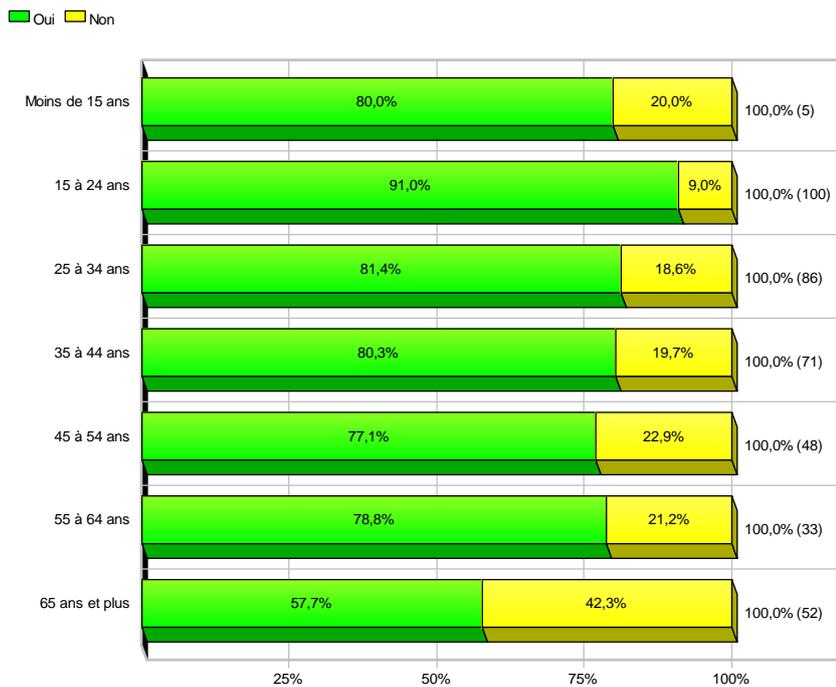
■ Plus de parking ■ Bancs ■ Autres à préciser ■ Propreté (poubelles, pollution, etc)
■ Sécurité (police, caméras de surveillance, agents de quartiers, etc) ■ Espaces verts ■ Parking gratuit ■ Revêtement du sol
■ Eclairage ■ Piétonnisation ■ Amélioration du réseau de transports en commun ■ Espaces couverts ■ place de jeux ■ rien
■ Passage pour piéton ■ Galeries commerciales ■ Piste cyclable ■ Accessibilité PMR (personne à mobilité réduite)
■ Place de parking handicapé ■ climatisation ■ Agrandissements



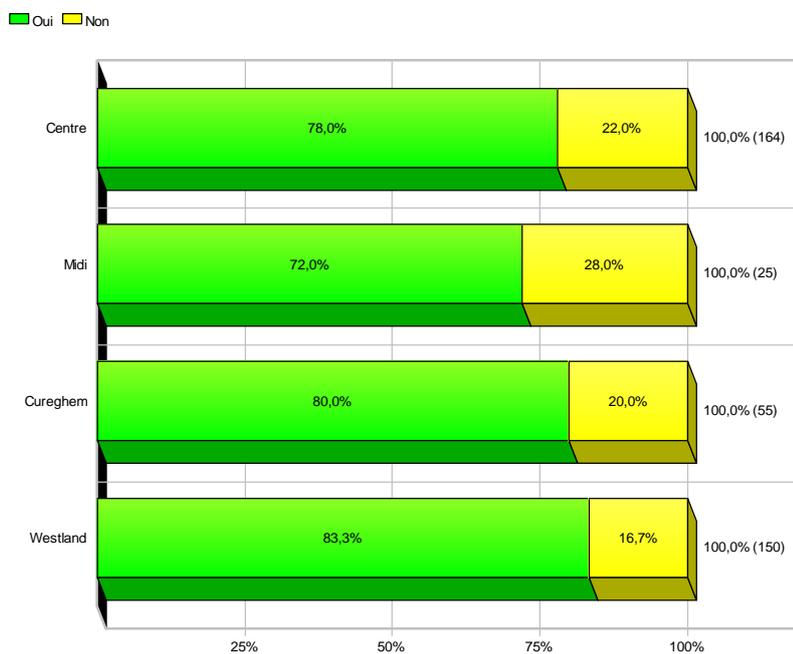
« Selon vous qu'est-ce que devrait faire la commune en terme d'aménagements urbains pour le pôle commercial » pour chaque pôle sondé.



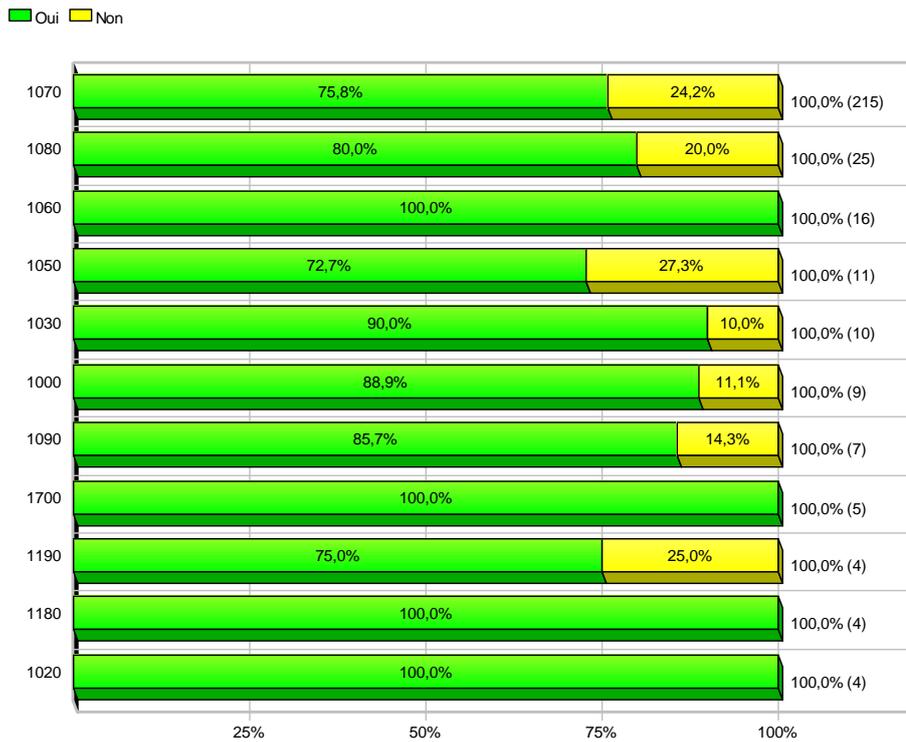
« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht? Et quelle est la composition de votre ménage ? »



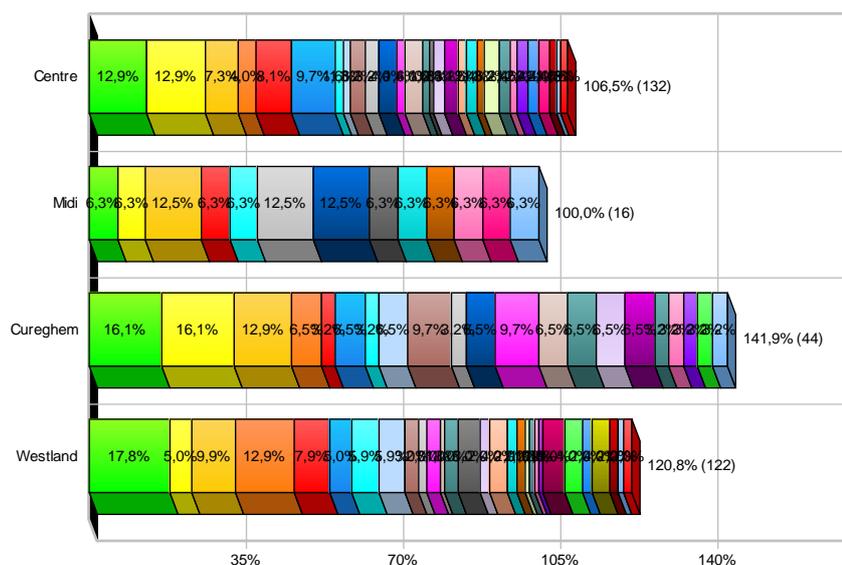
« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht et dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? »



« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht ? » En fonction du pôle commercial



« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht, et dans quelle commune habitez-vous ? »



« Citez dans l'ordre 3 nouveaux magasins que vous souhaiteriez voir s'implanter dans ce pôle commercial » En fonction des différents pôles.