

Études  
et documents 1

# Le commerce de détail à Namur

Situation actuelle et évolution 1967-1977

**B. Mérenne-Schoumaker**

Docteur en Sciences géographiques,  
Chef de Travaux et Maître de Conférences  
à l'Université de Liège

Ville de Namur et Namur 80

Namur, mai 1979

## EN GUISE DE PREFACE...

Fils de commerçant, Echevin du Commerce durant une législature, actuellement Echevin de l'Aménagement du Territoire et depuis toujours dirigeant de Mouvements de Classes Moyennes, ce m'est un réel plaisir de préfacier l'excellente étude que Madame MERENNE-SCHOUMAKER a réalisée sur "Le commerce de détail à Namur...".

Il s'agit là non pas d'un rapport plus ou moins bien étayé comme il en fut publié quelques-uns depuis une vingtaine d'années, qui résultaient essentiellement d'observations pragmatiques souvent généralisées au pifomètre, mais bien d'une étude scientifiquement établie dont toutes les sources sont vérifiables et, dès lors, soumises à critique.

C'est le travail d'un universitaire.

D'où l'intérêt qu'il présente pour tous ceux que préoccupe l'avenir du centre commercial de Namur et, partant de la Cité tout entière.

Une ville ne vit-elle pas d'abord, par et autour de son centre !

Les conclusions de ce mémoire sont nettes et favorables.

Nonobstant la concurrence des super-marchés et hyper-marchés périphériques - plus de 25.000 m<sup>2</sup> de surface de vente dans la région namuroise (ce chiffre à lui seul démontre qu'il ne convient plus de crever le plafond) - le centre commercial namurois défend sa position de pôle régional.

Grâce essentiellement à la qualité de ses commerces...

Pour maintenir ce rôle à l'avenir - Madame MERENNE-SCHOUMAKER n'hésite pas à l'affirmer - le centre commercial namurois doit augmenter encore son attractivité en accroissant son modernisme, développer des assortiments plus variés - j'ajouterai notamment dans les produits de qualité ou de luxe - en multipliant les axes piétonniers tout en veillant aux possibilités de parking. Ce dernier conseil s'adresse évidemment aux administrateurs responsables de la Ville de Namur. Ai-je besoin de dire qu'ils veilleront à le suivre dans un prochain avenir.

*La Ville de Namur - qui n'entend évidemment pas assumer la responsabilité du travail de Madame MERENNE-SCHOUMAKER - a bien fait de participer au financement de la publication de cette étude qui est une contribution intelligente à l'avenir de notre Ville.*

*Son Echevin des Travaux est, quant à lui, heureux d'avoir l'occasion de féliciter et de remercier Madame MERENNE-SCHOUMAKER.*

*Albert SERVAIS,  
Echevin de Namur.*

## S O M M A I R E

INTRODUCTION : Méthode d'analyse

### I.- RESULTATS GENERAUX

- A. Evolution du nombre de points de vente et de la structure commerciale
- B. Dynamique réelle de l'évolution
- C. Evolution qualitative
  - 1) Standing
  - 2) Modernisme
  - 3) Rayonnement probable
- D. Autres caractères des commerces en 1977
  - 1) Assortiment
  - 2) Niveau(x) d'installation
  - 3) Longueurs des façades
  - 4) Surfaces de vente
  - 5) Personnel

### II.- LE CENTRE COMMERCANT

- A. Structure commerciale
- B. Dynamique réelle de l'évolution par rue
- C. Structure et spécialisation des axes
- D. Niveau qualitatif par rue

### III.- LES UNITES SECONDAIRES ET LES COMMERCES ISOLES

- A. Structure commerciale
- B. Dynamique réelle de l'évolution
- C. Niveau qualitatif

### IV.- CONCLUSIONS

Bibliographie

Annexes

## I N T R O D U C T I O N

Le commerce de détail est un des secteurs les plus mouvants de notre économie. Ses mutations sont particulièrement sensibles depuis une quinzaine d'années, tant à la périphérie des villes que dans leur centre. Les facteurs responsables d'une telle évolution sont non seulement le développement du commerce à la périphérie des agglomérations urbaines<sup>1</sup>, mais encore des facteurs internes de la branche (faible rentabilité de nombreux points de vente, pléthore de commerces) ou encore l'évolution économique et sociologique générale<sup>2</sup>.

Le processus réel de l'évolution au sein d'un centre urbain est toutefois mal connu, car les données<sup>3</sup> sont peu abondantes, rarement comparables et peu détaillées. La plupart des analyses sont dès lors limitées à quelques tableaux statistiques donnant le nombre de points de vente à une ou deux dates différentes et le solde de l'évolution. Aussi, convient-il de souligner l'intérêt de recherches menées depuis quelques années par le Service de Géographie Economique de l'Université de Liège (Professeur J.A. SPORCK) où, grâce à des relevés sur le terrain de tous les points de vente, réalisés à plusieurs reprises, on tente de préciser la dynamique intrinsèque du phénomène et de cerner les aspects qualitatifs de cette évolution<sup>4</sup>.

---

1. Voir à ce propos B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 10 ].

2. M. MICHEL et H. VANDER EYCKEN, [ 11 ], p. 288.

3. En Belgique, les données statistiques émanent de l'Institut National de Statistique; collectées lors des recensements de l'industrie et du commerce, elles ne sont disponibles que tous les dix ans environ (1947, 1961, 1970) [ 5 ]. Il est toutefois possible d'utiliser d'autres informations : les inscriptions et les radiations du registre de commerce (comme l'a fait par exemple L. MARECHAL, [ 8 ]) ou les inscriptions du registre de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (méthode utilisée par A. DOUETTE et A. VAN DE SYPE, [ 3 ] ). Mais il s'agit de données incomplètes et peu précises. Signalons encore que le RECENSEMENT NIELSEN [ 12 ] fournit annuellement le nombre de commerces d'alimentation générale, les pharmacies, les drogueries, les salons de coiffure et les parfumeries au niveau de quatre grandes régions.

4. Par exemple : Chênée-Fléron 1964-1971 ([ 15 ]), Liège 1964-1973 ([ 16 ]) ou Verviers 1963-1977 ([ 17 ] et [ 19 ]).

Le présent travail s'inscrit donc dans ce cadre de recherches. Il repose sur un double fichier établi à dix ans d'intervalle (1967-1977)<sup>5</sup> au départ d'un relevé systématique sur le terrain de tous les commerces de détail, c'est-à-dire "les points de vente précis qui se signalent à l'attention du public soit par un étalage, soit par une enseigne suffisante pour un commerce sis à l'étage ou dans une maison particulière (par exemple : pour les tailleurs, couturières, coiffeuses pour dames)"<sup>6</sup>.

Sur base de la nature des principaux articles vendus, ces commerces ont été classés sous 201 rubriques différentes, pouvant elles-mêmes être regroupées en 30 sous-catégories et 9 catégories selon la typologie adoptée en mars 1978 par la Commission française de Géographie commerciale (voir annexe I). Outre l'aspect "nature commerciale", les informations rassemblées ont encore trait au niveau qualitatif des points de vente (standing, modernisme, assortiment et rayonnement probable)<sup>7</sup>, à l'importance des magasins (longueur de la façade commerciale, surface de vente, personnel salarié et appointé) et à leur localisation précise (rue ou partie de rue, nombre de niveaux utilisés, niveau(x) d'installation).

Le double fichier est complété par deux cartes à l'échelle du 1 : 5.000 reprenant l'emplacement de chaque commerce. Grâce à ces documents, il est possible de délimiter les différentes unités commerciales du territoire étudié, c'est-à-dire la commune de Namur dans ses limites de 1976.

L'ensemble des données rassemblées en 1967 et 1977 a été transcrit sur fiches perforées et traité au Centre de Calcul de l'Université de Liège<sup>8</sup>.

---

5. A propos des résultats de 1967, voir B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 9 ] .

6. J.A. SPORCK, [ 14 ], p. 61.

7. Selon la méthode de J.A. SPORCK ([ 14 ] , ouvr. cit., pp. 61-62) dont nous rappellerons les principes de base lors de la présentation des résultats.

8. Nous remercions très vivement J.P. DONNAY, Licencié en Sciences géographiques, Chercheur à l'Université de Liège, pour la rédaction des programmes.

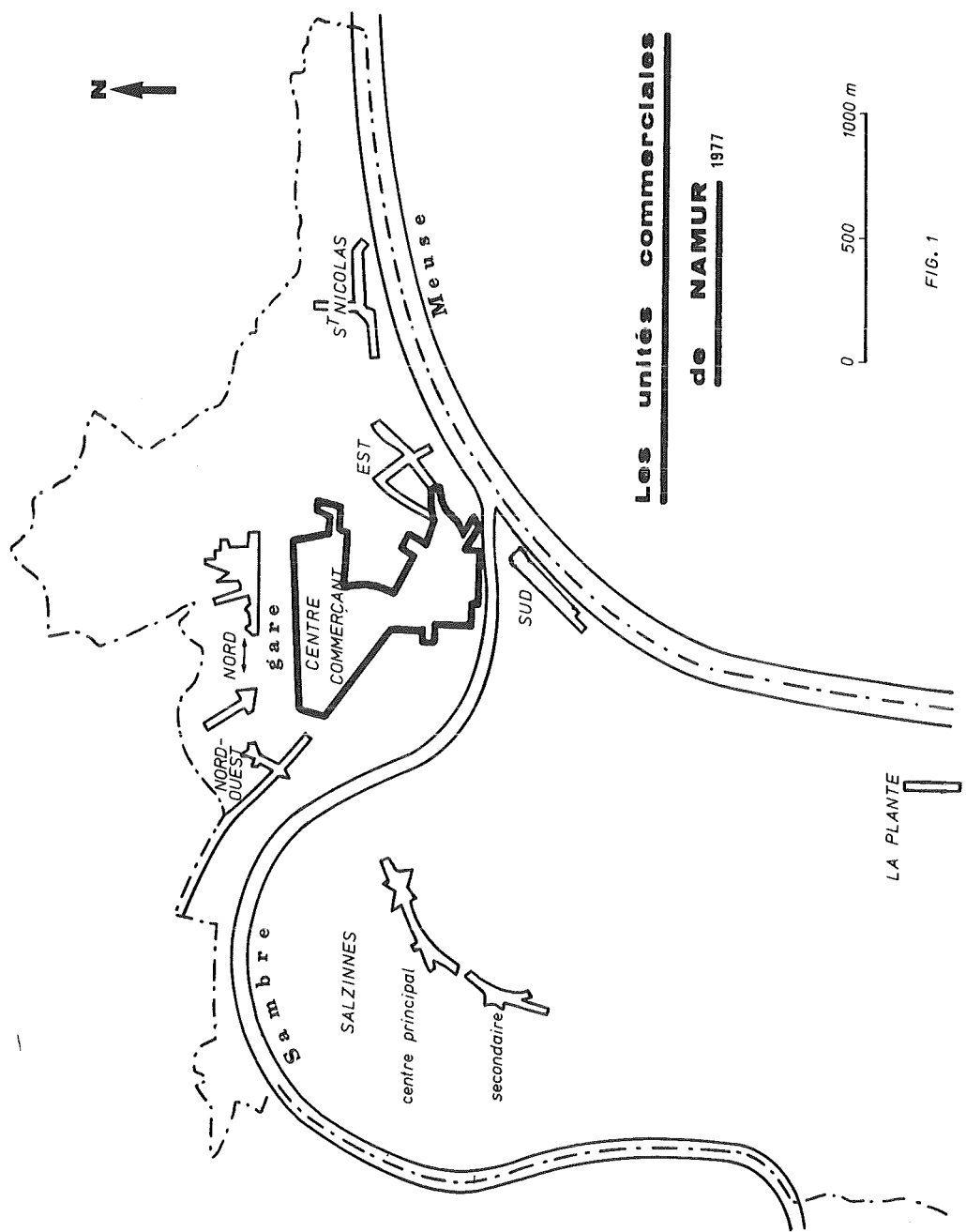


FIG. 1

## I - R É S U L T A T S   G É N É R A U X

### A. EVOLUTION DU NOMBRE DE POINTS DE VENTE ET DE LA STRUCTURE COMMERCIALE

En 1977, la ville de Namur compte 1372 commerces contre 1462 en 1967. En dix ans, elle a perdu 90 points de vente<sup>9</sup>.

Le tableau I permet de situer par catégorie commerciale et par grand quartier<sup>10</sup> (figure 1) les différentes évolutions.

Le fait le plus marquant est la très nette régression des commerces d'alimentation : - 118 unités. Comme on peut l'observer en annexe I, qui présente les résultats par sous-catégorie et rubrique, la perte est due principalement aux groupes alimentations générales, épiceries et boucheries-charcuteries, les secteurs les plus concurrencés par le développement des hypermarchés, des supermarchés et des supérettes; à l'opposé, le nombre des boulangeries-pâtisseries se maintient. Cette évolution est très classique. Elle suit un mouvement général. En effet, si l'on compare le nombre de commerces de la sous-catégorie "alimentation générale" (la seule connue)<sup>11</sup> en Belgique et à Namur de 1967 à 1977, la valeur de 1977 exprimée en pourcentages de celle de 1967 représente 51,79 % pour la Belgique (43.500 commerces en 1967 - 22.529 en 1977) et 50,00 % à Namur (176 en 1967 et 88 en 1977).

Exception faite de la diminution du nombre de points de vente alimentaires, les autres changements par catégorie sont peu importants : perte maximum de 7 unités pour le matériel de transport, gain maximum de 12 unités pour

---

9. Cette diminution est beaucoup moins forte qu'à Verviers où, de 1963 à 1977, on enregistre une perte de 545 commerces dont 244 dans le centre (D. WERTZ, [ 19 ], ouvr. cit., p. 18).

10. Il s'agit du centre, des unités secondaires (ou ensembles d'au moins dix commerces agglomérés) et des commerces isolés, unités spatiales définies lors de l'enquête de 1967 et toujours valables en 1977.

11. Grâce au Recensement NIELSEN (FEDIS, [ 4 ], p. 50).



Tableau I.- EVOLUTION DU NOMBRE DE COMMERCES PAR CATEGORIE COMMERCIALE  
ET PAR GRAND QUARTIER

	Centre			Unités secondaires			Commerces isolés			TOTAL						
	67	77	A	67	77	A	67	77	A	67	77	A				
Alimentation	125	94	-31	75,2	113	65	-48	57,5	88	49	-39	55,7	326	208	-118	63,8
Equipement personne	204	229	+25	112,3	30	24	-6	80,0	9	2	-7	22,2	243	255	+12	104,9
Equipement maison - profession	154	159	+5	103,2	51	48	-3	94,1	24	26	+2	108,3	229	233	+4	101,7
Loisirs - sports - culture	85	96	+11	112,9	27	19	-8	70,4	2	8	+6	400,0	114	123	+9	107,9
Entretien personne	32	39	+7	124,9	13	13	0	100,0	5	5	0	100,0	50	57	+7	114,0
Matériel de transport	20	13	-7	65,0	25	24	-1	96,0	16	17	+1	106,2	61	54	-7	88,5
Cafés - restaurants	121	140	+19	115,7	86	75	-11	87,2	40	36	-4	90,0	247	251	+4	101,6
Services	110	107	-3	97,3	58	48	-10	82,8	11	24	+13	248,2	179	179	0	100,0
Sous-total	851	877	+26	103,1	403	316	-87	78,4	195	167	-28	85,6	1449	1360	-89	93,9
Magasins à rayons multiples	7	6	-1		2	3	+1		4	3	-1		13	12	-1	
Total général	858	883	+25		405	319	-86		199	170	-29		1462	1372	-90	

S = solde de l'évolution; A = valeur de 1977 en % de 1967.

l'équipement de la personne. On peut donc croire à une certaine stabilité des grandes catégories commerciales. Toutefois, l'analyse des résultats précis de l'annexe I traduit des différences plus spectaculaires. Outre les changements des rubriques alimentaires mentionnées ci-dessus, on enregistre encore des pertes importantes parmi les cafés (-31), les cordonniers (-11), les appareils de chauffage (-10), les tailleurs (-10), les blanchisseries-teintureries (-9), les coiffeurs dames (-8), les accessoires de voitures (-7), les meubles, les chapelleries, les équipements sanitaires et le tabac (-6). A l'origine de ces diminutions, on peut invoquer trois causes : la tendance au déplacement à la périphérie (donc en dehors du territoire communal) de commerces ayant besoin de grandes surfaces (cas des appareils de chauffage, des équipements sanitaires, des meubles), la disparition d'unités relevant de secteurs en voie de régression (cas des cordonniers, des tailleurs, des chapelleries) et la rationalisation de plusieurs domaines (cas des cafés, des blanchisseries-teintureries, des coiffeurs dames, des accessoires de voitures, du tabac), certains de ces facteurs pouvant d'ailleurs jouer conjointement. Du côté des augmentations absolues les plus importantes, il faut citer : la confection pour dames (+31), les restaurants et les agences hippiques (+20 chacun), les cafés-restaurants (+18), les meubles de cuisine (+8), les magasins de chaînes haute fidélité et les commerces de jeans (+6). Tous ces points de vente répondent à des besoins nouveaux<sup>12</sup> ou tentent de satisfaire plus largement les exigences de la clientèle. Remarquons que plusieurs de ces évolutions correspondent aux propositions que nous avons faites en 1967, notamment la diminution du nombre de cafés, l'augmentation du nombre de restaurants et le développement de la confection pour dames<sup>13</sup>.

---

12. Les principales rubriques nouvelles (comptant uniquement des points de vente en 1977) sont : les jeans, les vêtements daim-cuir, les articles de vannerie, les chaînes haute fidélité, les agences hippiques et les auto-écoles. A l'opposé, la rubrique bazar n'est plus représentée en 1977.

13. B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 9 ], ouvr. cit., pp. 156-157.

# Evolution 67-77 de la structure commerciale des grands quartiers

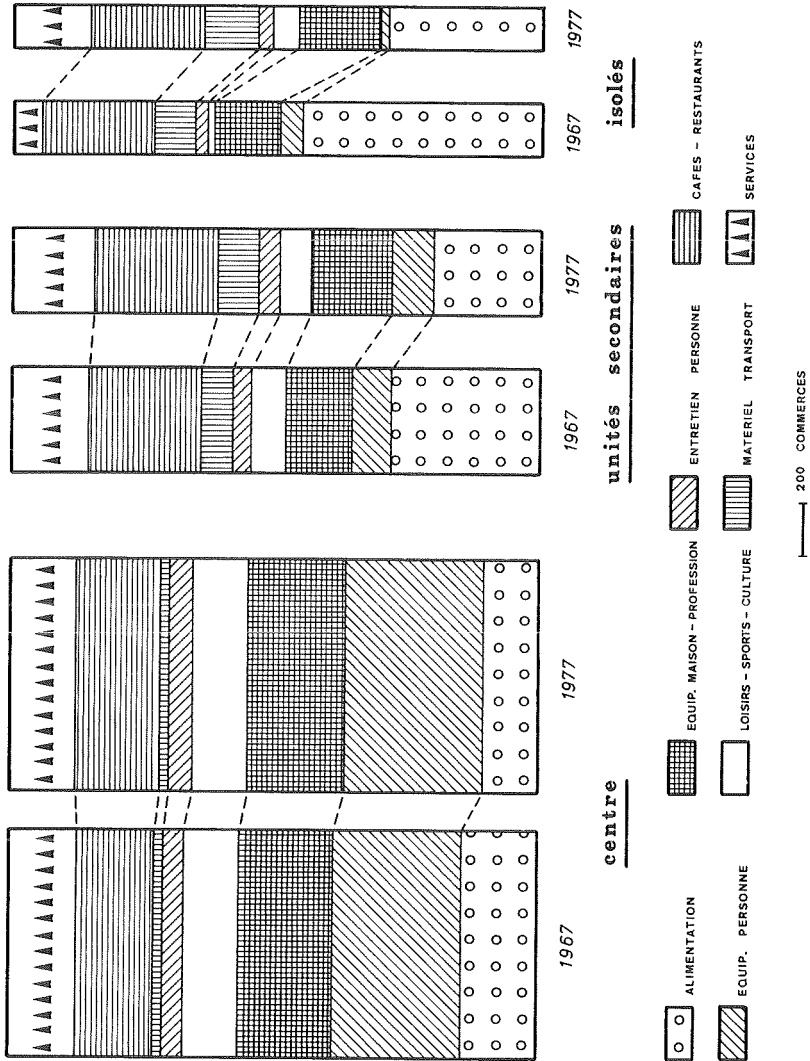


FIG. 2

Contrairement aux autres quartiers, le centre a gagné des points de vente : +25 unités. L'augmentation s'y manifeste dans toutes les catégories sauf les services, l'alimentation et le matériel de transport. Par contre, ce sont les unités secondaires qui ont perdu le plus de magasins : toutes les catégories y accusent une diminution exception faite de l'entretien de la personne où le solde est nul. Au sein des commerces isolés, des catégories sont en régression (équipement de la personne, alimentation et cafés-restaurants) et d'autres en statu quo (entretien de la personne) ou en croissance (équipement de la maison et de la profession, loisirs-sports-culture, matériel de transport et services). Toutefois, le nombre total de points de vente du groupe "isolés" a diminué de 29 unités. Ce premier bilan nous amène à conclure à un renforcement de la position du centre commerçant de Namur au sein du territoire communal et à des difficultés assez nettes des unités secondaires. Ces problèmes seront étudiés de façon plus détaillée lors de l'analyse des différents quartiers (point III).

Cependant, voyons, à l'aide de la figure 2, l'évolution de la structure commerciale des grands quartiers. Au niveau du centre, les changements sont peu importants, exception faite du recul de l'alimentation et du léger développement de l'équipement de la personne et des cafés-restaurants. Le centre affirme néanmoins sa vocation régionale puisqu'il compte en 1977 plus de commerces desservant toute la région qu'en 1967. Les modifications structurelles sont plus sensibles dans les deux autres grands quartiers en raison principalement de la forte diminution des commerces alimentaires. Au sein des unités secondaires, on observe une croissance relative de l'équipement de la maison et de la profession, du matériel de transport et des cafés-restaurants; parmi les commerces isolés, on enregistre une poussée des services, des loisirs-sports-culture et du matériel de transport et, par contre, un recul de l'équipement de la personne. Unités secondaires et commerces isolés ont toutefois une structure dominée par cinq branches : d'une part, alimentation et services à destination très souvent de la clientèle locale et, d'autre part, cafés-restaurants, équipement de la maison et de la profession et matériel de transport desservant une clientèle fréquemment régionale.

## B. DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION

Le tableau I ne traduit pas réellement l'évolution puisqu'il ne reprend que les soldes ou les différences entre les nouveaux commerces et les commerces disparus. Pour comprendre cette évolution, analysons les tableaux II et III donnant, respectivement par catégorie commerciale et par quartier, le nombre de commerces disparus, le nombre de commerces nouveaux et le nombre de commerces inchangés, chiffres obtenus grâce aux données rassemblées sur chaque cellule commerciale en 1967 et en 1977.

En effet, la confrontation des deux fichiers d'enquête permet de déterminer :

- les commerces disparus, c'est-à-dire les magasins du relevé de 1967 qui ne se retrouvent pas au même endroit et/ou dans la même rubrique commerciale en 1977;
- les commerces nouveaux, c'est-à-dire les magasins du relevé de 1977 qui n'existaient pas au même endroit et/ou dans la même rubrique commerciale en 1967;
- les commerces inchangés, c'est-à-dire les points de vente repris dans les deux fichiers dans la même localisation et la même rubrique commerciale.

Cette méthode, déjà appliquée dans d'autres études par J.A. SPORCK<sup>14</sup>, permet de cerner tous les changements de nature et/ou de localisation. Elle ne tient cependant pas compte d'autres modifications comme les changements de gestionnaire, de surface ou de modernisme<sup>15</sup>, sauf si ceux-ci ont entraîné des changements de nature et/ou de localisation.

Par ailleurs, nous avons profité de l'enquête sur le terrain pour noter l'affectation actuelle des cellules correspondant aux commerces disparus

14. Par exemple, [ 15 ], [ 16 ] ou [ 17 ], ouvr. cit.

15. Les modifications de surface ou de modernisme seront envisagées plus loin (points C et D), mais elles n'entrent pas en ligne de compte dans la détermination d'un commerce nouveau.

Tableau II.- DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION PAR CATEGORIE COMMERCIALE

	1967		Commerces disparus										Commerces nouveaux				Solde	Commerces irchangés	1977
	v.a.	%	Travaux Inoccupés	Habitat	Autres activités	Banques Assurances	Cellules non commerciales	Changement affectation	Cellules absorbées	Total	Nouvelles cellules	Changement affectation	Cellules divisées	Total					
Alimentation	326	57	9	21	43	7	5	85	73	3	161	10	32	1	43	-118	165	208	
	100,0	77	2,8	6,4	13,2	2,2	1,5	26,1	22,4	0,9	49,4	4,8	15,4	0,5	20,7		50,6	100,0	
Equipement personne	243	67	1	7	15	4	6	33	76	7	116	31	85	12	128	+ 12	127	255	
	100,0	77	0,4	2,9	6,2	1,6	2,5	13,6	31,2	2,9	47,7	12,2	33,3	4,7	50,2		52,3	100,0	
Equipement maison - Profession	229	67	4	10	13	4	7	38	66	4	108	38	73	1	112	+ 4	121	233	
	100,0	77	1,7	4,4	5,7	1,7	3,1	16,6	28,9	1,7	47,2	16,3	31,4	0,4	48,1		52,8	100,0	
Loisirs - sports - culture	114	67	4	3	4	1	1	13	30	-	43	19	31	2	52	+ 9	71	123	
	100,0	77	3,5	2,6	3,5	0,9	0,9	11,4	26,3	-	37,7	15,5	25,2	1,6	42,3		62,3	100,0	
Entretien personne	50	67	1	2	-	-	-	3	7	-	10	7	9	1	17	+ 7	40	57	
	100,0	77	2,0	4,0	-	-	-	6,0	14,0	-	20,0	12,3	15,8	1,7	29,8		80,0	100,0	
Matériel de transport	61	67	2	6	2	2	1	13	10	1	24	14	3	-	17	- 7	37	54	
	100,0	77	3,3	9,8	3,3	3,3	1,6	21,3	16,4	1,6	39,3	25,9	5,6	-	31,5		60,7	100,0	
Cafés-restaurants	247	67	15	23	8	2	-	48	29	2	79	25	56	2	83	+ 4	168	251	
	100,0	77	6,1	9,3	3,2	0,8	-	19,4	11,8	0,8	32,0	10,0	22,2	0,8	32,1		68,0	100,0	
Services	179	67	5	7	21	3	6	42	37	6	85	43	41	1	85	0	94	179	
	100,0	77	2,8	3,9	11,7	1,7	3,4	23,5	20,6	3,4	47,5	24,0	22,9	0,6	47,5		52,5	100,0	
Magasins à rayons multiples	13	67	-	-	-	2	-	2	5	1	8	4	3	-	7	- 1	5	12	
	100,0	77	-	-	-	15,4	-	15,4	38,5	7,6	61,5	33,3	25,0	-	58,3		38,5	100,0	
TOTAL	1462	67	41	79	106	25	26	277	333	24	654	191	333	20	544	-90	828	1372	
	100,0	77	2,8	5,4	7,3	1,7	1,8	19,0	22,8	1,6	43,4	13,9	24,3	1,4	39,6		56,6	100,0	
																	60,4	100,0	

Tableau III.- DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION PAR QUARTIER

	1967		Commerces disparus										Commerces nouveaux					Solde	Commerces in-changés 1977
	v.a.	%	Dépenses	Travaux Inoccupés	Habitat	Autres activités	Banques	Assurances	Cellules commerciales	Changement non conf.	Cellules affectées	Cellules absorbées	Total	Nouvelles Cellules	Changement affectation	Cellules divisées	Total		
Centre	858	100,0	8	32	18	9	16	83	240	21	344	109	240	20	369	+25	514	883	
	v.a.	%	0,9	3,7	2,1	1,1	1,9	9,7	28,0	2,4	40,1	12,3	27,2	2,3	41,8		59,9	100,0	
Est	74	100,0	-	12	12	-	1,4	25	11	1	37	8	11	-	19	-18	58,2	56	
	v.a.	%	-	16,2	16,2	-	1,4	33,8	14,8	1,4	50,0	14,3	19,6	-	33,9		50,0	100,0	
Nord	72	100,0	-	7	7	4	1	19	7	-	26	4	7	-	11	-15	66,1	57	
	v.a.	%	-	9,7	9,7	5,6	1,4	26,4	9,7	-	36,1	7,0	12,3	-	19,3		63,9	100,0	
Nord-Ouest	65	100,0	1	1	7	1	3	13	24	1	38	6	24	-	30	-8	80,7	57	
	v.a.	%	1,5	1,5	10,9	1,5	4,6	20,0	37,0	1,5	58,5	10,5	42,1	-	52,6		41,5	100,0	
Sud	78	100,0	28	9	5	2	-	44	6	1	51	3	6	-	9	-42	27	36	
	v.a.	%	35,9	11,5	6,4	2,6	-	56,4	7,7	1,3	65,4	8,3	16,7	-	25,0		94,6	100,0	
Salzannes I	67	100,0	-	3	7	2	2	14	19	-	33	8	19	-	27	-6	34	61	
	v.a.	%	-	4,5	10,4	3,0	3,0	20,9	28,4	-	49,3	13,1	21,2	-	44,3		50,7	100,0	
Salzannes II	21	100,0	-	1	3	-	-	4	3	-	7	1	3	-	4	-3	14	18	
	v.a.	%	-	4,7	14,3	-	-	19,0	14,3	-	33,3	5,6	16,6	-	22,2		66,7	100,0	
La Plante	12	100,0	-	-	3	-	-	3	-	-	3	2	-	-	2	-1	9	11	
	v.a.	%	-	-	25,0	-	-	25,0	-	-	25,0	18,2	-	-	18,2		75,0	100,0	
Saint-Nicolas	16	100,0	-	-	1	-	-	1	2	-	3	8	2	-	10	+7	13	23	
	v.a.	%	-	-	6,3	-	-	6,3	12,5	-	18,8	34,8	8,7	-	43,5		81,2	100,0	
Unités secondaires	405	100,0	29	33	45	9	7	123	72	3	198	40	72	-	112	-86	207	319	
	v.a.	%	7,2	8,2	11,1	2,2	1,7	30,4	17,8	0,7	48,9	12,5	22,6	-	35,1		51,1	100,0	
Commerces isolés	199	100,0	4	14	43	7	3	71	21	-	92	42	21	-	63	-29	107	170	
	v.a.	%	2,0	7,0	21,6	3,5	1,5	35,6	10,6	-	46,2	24,7	12,4	-	37,1		64,9	100,0	
Total	1462	100,0	41	79	106	25	26	277	333	24	634	191	333	20	544	-90	828,2	1372	
	v.a.	%	2,8	5,4	7,3	1,7	1,8	19,0	22,8	1,6	43,4	13,9	24,3	1,4	39,6		56,6	100,0	

et l'origine des nouveaux commerces. Comme on le remarque dans les tableaux II et III, sept possibilités ont été retenues pour les commerces disparus, cinq donnant lieu à la disparition de la nature commerciale de la cellule - à savoir la démolition, l'inoccupation ou des travaux, l'habitat, d'autres activités (services, bureaux, ateliers, dépôts, commerces de gros, etc.), les banques et assurances<sup>16</sup> - et deux autres à des mutations de nature : changement d'affectation et absorption du point de vente par le ou les magasins voisins. Pour leur part, les nouveaux commerces peuvent occuper une nouvelle cellule ou apparaître par changement d'affectation ou division d'une cellule commerciale préexistante.

Parmi les 1462 points de vente du relevé de 1967, seuls 828 sont inchangés; 43,4 % ou 634 unités ont donc disparu : 277 en perdant leur fonction commerciale, 333 en changeant de nature et 24 par absorption. A l'opposé, au sein des 1372 commerces dénombrés en 1977, 544 sont nouveaux : 191 occupent une nouvelle cellule, 333 correspondent à un changement d'activité et 20 à des subdivisions de cellules préexistantes.

Malgré une apparente stabilité des soldes de l'évolution, des mutations importantes ont touché le commerce namurois<sup>17</sup>. Cette observation est particulièrement valable au niveau des catégories commerciales<sup>18</sup> comme l'équipement de la personne, l'équipement de la maison et de la profession et les services où les proportions de commerces disparus et de commerces nouveaux sont toujours supérieures à la moyenne (tableau II) et ce, malgré des soldes très faibles (+12, +4,0) (tableau I). Les catégories les plus stables sont l'entretien de la personne et le matériel de transport : les commerces inchangés y représentent respectivement 80,0 % et 60,7 % du nombre des commerces de 1977. Les catégories les plus mouvantes sont les trois citées ci-dessus et l'alimentation, seul groupe où il y a distorsion entre les disparitions et les créations, ce qui entraîne le solde négatif final (-118).

16. Contrairement à la typologie française, les services à caractère financier n'ont pas été comptabilisés comme des commerces.

17. En réalité, les mutations réelles de la période 1967-1977 sont plus fortes encore, car notre étude ne tient pas compte de tous les changements intermédiaires (par exemple, ouverture et fermeture d'un commerce dans une nouvelle cellule) que seul un relevé permanent pourrait traduire.

18. Les résultats par sous-catégorie et rubrique sont consignés dans l'annexe II.



Au sein des 277 cellules qui ont perdu leur affectation commerciale, 106 ont été reconverties à l'habitat. Cette transformation est donc le phénomène le plus fréquent. Mais on relève encore 79 cellules abandonnées ou en travaux et 41 démolitions. Si l'on ajoute aux 79 cellules non occupées, les 14 nouvelles cellules vides recensées dans les galeries, il est permis de conclure à une certaine saturation des locaux commerciaux à Namur, tout au moins au niveau de l'ensemble de la ville. Remarquons encore que la proportion d'anciens commerces devenus lieux de résidence est plus grande parmi les catégories de l'alimentation et des services alors que celle des abandons est plus forte pour les catégories matériel de transport ou cafés-restaurants, c'est-à-dire des cellules se prêtant plus difficilement sans transformations importantes à l'habitat.

Comme nous l'avons dit ci-dessus, l'évolution commerciale du centre est plus favorable. Néanmoins (tableau III), 344 commerces ont disparu et l'on y compte même 32 locaux inoccupés auxquels il faut ajouter les 14 nouvelles cellules vides. Mais ces 32 cellules ne représentent que 3,7 % du nombre de points de vente de 1967, soit proportionnellement beaucoup moins que les cellules à l'abandon de quartiers comme l'Est, le Sud, le Nord ou du groupe commerces isolés. Par ailleurs, la part des commerces réaffectés à l'habitat dans le centre est très faible par rapport au même pourcentage calculé pour les autres quartiers.

La proportion de commerces disparus est particulièrement forte dans certaines unités secondaires : le Sud (65,4 %), le Nord-Ouest (58,5 %), l'Est (50,0 %), le centre principal de Salzinnes (49,3 %)<sup>19</sup> et parmi les commerces isolés (46,2 %). Mais le processus de disparition diffère d'un quartier à l'autre : le Sud a surtout été touché par les démolitions<sup>20</sup> et l'abandon de cellules; au Nord-Ouest et dans le centre principal de Salzinnes, on enregistre de nombreux changements d'activités; à l'Est, il s'agit surtout de transformations en immeubles d'habitat et d'abandons tandis que, parmi les commerces isolés, les réaffectations à l'habitat dominent.

---

19. Dans les tableaux, ce quartier est dénommé Salzinnes I par opposition au centre secondaire de Salzinnes appelé Salzinnes II.

20. Ces démolitions ont touché tout le quartier situé au pied de la Citadelle, au confluent de la Sambre et de la Meuse où s'étend actuellement un vaste parking.

Les quartiers comptant proportionnellement plus de commerces nouveaux sont, d'une part, le Nord-Ouest et le centre principal de Salzinnes touchés par les changements d'affectation et, d'autre part, le centre et Saint-Nicolas, les deux seules unités présentant un solde positif. Les commerces installés dans de nouvelles cellules sont relativement plus fréquents dans le quartier Saint-Nicolas et parmi les commerces isolés.

Au total, au niveau des cellules commerciales, les changements sont donc importants. Toutefois, ces mutations n'ont guère affecté l'espace commerçant de Namur. En effet, la confrontation des deux cartes de localisation ne montre que des changements mineurs, ce qui nous a amenée à conserver les mêmes quartiers en 1977 qu'en 1967 (figure 1). On assiste ainsi à une certaine permanence des espaces commerçants parallèlement à une certaine réorganisation interne, cette dernière conduisant le plus souvent à l'abandon de cellules les plus marginales.

### C. EVOLUTION QUALITATIVE

Trois aspects qualitatifs des commerces avaient été étudiés en 1967: le standing, le modernisme et le rayonnement probable. Ces trois caractères ont de nouveau été analysés en 1977. Nous pouvons dès lors nous prononcer sur leur évolution.

1) Standing (ou position du commerce dans une hiérarchie de valeurs eu égard à la qualité, la présentation, l'aspect des produits vendus et leur cadre d'exposition)<sup>21</sup> (tableau IV).

---

21. J.A. SPORCK, [ 14 ], ouvr. cit., pp. 61-62.

Tableau IV.- EVOLUTION DU STANDING DES COMMERCES

Catégories	1967				1977				Cote moyenne		
	1+2	3	4	5+6	T	1+2	3	4		5+6	T
Alimentation	52	172	90	12	326	17	109	71	11	208	3,36
Équipement personne	27	110	83	23	243	6	77	141	31	255	3,77
Équipement maison-profession	9	99	107	14	229	7	87	118	21	233	3,66
Loisirs-sports-culture	10	60	41	3	114	6	45	69	3	123	3,55
Entretien personne	1	19	27	3	50	-	17	33	7	57	3,82
Matériel transport	7	39	14	1	61	5	37	12	-	54	3,13
Cafés-restaurants	93	111	39	4	247	42	137	69	3	251	3,14
Services	29	86	44	4	163	14	100	48	3	165	3,24
Magasins à rayons multiples	3	6	4	-	13	-	8	4	-	12	3,33
<u>Quartiers</u>											
Centre	76	371	342	58	847	27	302	469	73	871	3,68
Est	35	34	5	-	74	11	37	8	-	56	2,95
Nord	20	39	13	-	72	15	36	6	-	57	2,84
Nord-Ouest	14	42	8	1	65	6	41	9	1	57	3,09
Sud	38	32	3	2	75	9	18	5	3	35	3,02
Salzirmes I	3	43	19	1	66	4	36	19	1	60	3,28
Salzirmes II	-	11	10	-	21	-	14	4	-	18	3,22
La Plante	-	4	8	-	12	-	9	2	-	11	3,18
Saint-Nicolas	3	13	-	-	16	5	14	4	-	23	2,96
Unités secondaires	113	218	66	4	401	50	205	57	5	317	3,05
Isolés	42	113	41	2	198	20	110	39	1	170	3,12
TOTAL	231	702	449	64	1446	97	617	565	79	1358	3,46
v.a. %	16,0	48,6	31,0	4,4	100,0	7,2	45,4	41,6	5,8	100,0	

Légende : 1-2 = insatisfaisants; 3 = satisfaisants; 4 = bons; 5 = très bons; 6 = excellents.

La cote moyenne générale est passée de 3,23 à 3,46<sup>22</sup>. L'augmentation est manifeste dans toutes les catégories, sauf le matériel de transport et dans tous les quartiers, sauf le Nord, les deux unités de Salzinnes et La Plante.

En 1977, les moyennes les plus élevées se rencontrent dans les catégories entretien de la personne, équipement de la personne et équipement de la maison et de la profession; à l'opposé, le matériel de transport et les cafés-restaurants ont les cotes moyennes les plus faibles.

Au niveau des quartiers, le centre présente la situation la plus favorable alors que trois unités secondaires (le Nord, l'Est et Saint-Nicolas) présentent une moyenne inférieure à 3.

Par rapport à 1967, la ville compte proportionnellement moins de commerces jugés insatisfaisants (cotes 1 et 2) (97 contre 231), mais beaucoup plus de points de vente de bon standing (cote 4) (565 contre 449). L'amélioration du standing est très typique pour l'équipement de la personne et pour les quartiers du centre, de l'Est et du Sud.

2) Modernisme (ou position dans une hiérarchie de valeurs eu égard à l'âge plus ou moins récent des équipements nécessaires ou utiles et à l'aspect plus ou moins nouveau ou récemment restauré du cadre d'exposition tant extérieur qu'intérieur)<sup>23</sup> (tableau V).

La cote moyenne générale est passée de 2,89 à 3,18<sup>24</sup>. La progression est sensible dans toutes les catégories commerciales et dans tous les quartiers, exception faite du centre secondaire de Salzinnes.

---

22. Tous les points de vente ont été cotés sauf les services de la sous-catégorie "loisirs" (14 unités en 1977 - 16 unités en 1967) pour lesquels il était impossible de se prononcer sans les visiter.

23. J.A. SPORCK, [ 14 ], ouvr. cit., pp. 61-62.

24. Même nombre de commerces cotés que pour le standing.

Tableau V.- EVOLUTION DU MODERNISME DES COMMERCES

Catégories	1 9 6 7				1 9 7 7				Cote moyenne		
	1+2	3	4	5+6	T	1+2	3	4		5+6	T
Alimentation	120	101	85	20	326	55	85	61	7	208	3,08
Equipement personne	72	99	61	11	243	26	97	101	31	255	3,54
Equipement maison-profession	78	79	62	10	229	53	112	61	7	233	3,09
Loisirs-sports-culture	50	42	19	3	114	23	51	44	5	123	3,24
Entretien personne	15	21	8	6	50	10	19	20	8	57	3,46
Matériel transport	29	28	4	-	61	19	24	11	-	54	2,83
Cafés-restaurants	133	87	24	3	247	71	111	58	11	251	3,03
Services	54	69	38	2	163	38	83	42	2	165	3,05
Magasins à rayons multiples	3	5	5	-	13	-	9	3	-	12	3,25
<b>Quartiers</b>											
Centre	256	327	247	47	847	125	366	311	69	871	3,37
Est	49	19	6	-	74	24	26	6	-	56	2,68
Nord	35	28	9	-	72	26	26	5	-	57	2,60
Nord-Ouest	31	26	8	-	65	15	33	9	-	57	2,89
Sud	50	23	2	-	75	17	17	1	-	35	2,49
Salzannes I	18	28	17	3	66	16	20	23	1	60	3,15
Salzannes II	3	9	7	2	21	4	11	3	-	18	2,94
La Plante	2	6	4	-	12	2	7	1	1	11	3,09
Saint Nicolas	10	6	-	-	16	9	8	6	-	23	2,87
Unités secondaires	198	145	53	5	401	113	148	54	2	317	2,81
Isolés	100	59	36	3	198	57	77	36	-	170	2,86
TOTAL	554	531	306	55	1446	295	591	401	71	1358	3,18
v.a. %	38,3	36,7	21,2	3,8	100,0	21,7	43,5	29,6	5,2	100,0	

Légende : 1-2 = démodés; 3 = satisfaisants; 4 = modernes; 5 = très modernes; 6 = d'avant-garde.

En 1977, les catégories équipement de la personne et entretien de la personne ont les moyennes les plus élevées alors que la cote la plus faible est celle du matériel de transport.

Le centre est de nouveau mieux classé que les autres quartiers. Toutefois, par rapport au standing, les résultats sont toujours inférieurs. Il n'est dès lors guère étonnant d'obtenir des moyennes inférieures à 3 parmi les commerces isolés et les unités secondaires, exception faite du centre principal de Salzinnes et de La Plante.

Par rapport à 1967, la ville compte beaucoup moins d'unités insatisfaisantes : 295 contre 554 et plus de commerces des autres groupes. L'amélioration du modernisme moyen est très sensible dans l'équipement de la personne, les loisirs-sports-culture et les cafés-restaurants. Par contre, les progrès sont réduits pour l'alimentation, l'équipement de la maison et de la profession et les services. En ce qui concerne les quartiers, on peut parler de stagnation pour le Nord, le centre principal de Salzinnes et La Plante.

### 3) Rayonnement probable (ou aire d'influence supposée du commerce)<sup>25</sup> (tableau VI).

La cote moyenne générale est passée de 3,83 à 4,20<sup>26</sup>. L'augmentation est sensible dans toutes les catégories et tous les quartiers.

Cette cote moyenne permet d'opposer les catégories où une forte proportion des commerces desservent la région (équipement de la personne, équipement de la maison et de la profession et matériel de transport) et les catégories regroupant plus de points de vente à rayonnement limité (alimentation, services). La situation intermédiaire occupée par les autres catégories s'explique, quant à elle, par la présence dans ces groupes de commerces aux rayonnements variés<sup>27</sup>.

25. J.A. SPORCK, [14], ouvr. cit., pp. 61-62.

26. Même nombre de commerces cotés que pour le standing.

27. Par exemple : cafés ou restaurants locaux à côté de cafés et de restaurants régionaux; pharmacies desservant la clientèle locale à côté de parfumeries à rayonnement régional; magasins de journaux et de tabac fréquentés par les habitants du quartier à côté de librairies ou de commerces de sports à vocation régionale; supérettes pour la desserte locale à côté de grands magasins à rayons multiples.

Tableau VI.- EVOLUTION DU RAYONNEMENT PROBABLE DES COMMERCEs

Catégories	1 9 6 7 Cotes				Cote moyen- ne	1 9 7 7 Cotes				Cote moyen- ne	
	1+2	3	4	5+6		T	1+2	3	4		5+6
Alimentation	166	54	49	57	326	77	35	37	59	208	3,36
Equipement personne	9	28	27	179	243	1	11	23	220	255	4,81
Equipement maison-profession	8	22	22	177	229	4	12	17	200	233	4,77
Loisirs-sports-culture	16	15	16	67	114	12	12	16	83	123	4,38
Entretien personne	10	8	8	24	50	8	7	9	33	57	4,18
Matériel transport	1	4	18	38	61	1	3	13	37	54	4,59
Cafés-restaurants	68	59	26	94	247	29	57	38	127	251	4,05
Services	59	39	24	41	163	48	36	33	48	165	3,49
Magasins à rayons multiples	4	1	2	6	13	2	2	3	5	12	3,92
<b>Quartiers</b>											
Centre	79	112	76	580	847	43	75	71	682	871	4,60
Est	30	27	7	10	74	14	23	10	9	56	3,25
Nord	39	10	11	12	72	20	15	9	13	57	3,26
Nord-Ouest	12	17	26	10	65	3	13	21	20	57	4,02
Sud	29	21	7	18	75	4	13	3	15	35	3,83
Salzannes I	11	18	37	-	66	2	10	47	1	60	3,78
Salzannes II	16	-	1	4	21	12	-	1	5	18	2,94
La Plante	2	-	9	1	12	-	-	9	2	11	4,18
Saint Nicolas	6	9	-	1	16	4	12	-	7	23	3,43
Unités secondaires	145	102	98	56	401	59	86	100	72	317	3,58
Isolés	117	16	18	47	198	80	14	18	58	170	3,30
TOTAL	341	230	192	683	1446	182	175	189	812	1358	4,20
v.a. %	23,6	15,9	13,3	47,2	100,0	13,4	12,9	13,9	59,8	100,0	

Légende : 1+2 = quartier; 3 = local; 4 = sub-régional; 5+6 = régional.

La cote moyenne de rayonnement traduit également bien le rôle joué par les commerces des différents quartiers. C'est naturellement le centre qui affirme la vocation régionale la plus forte (cote de 4,60) et c'est au total parmi les isolés que la cote moyenne est la plus faible (3,30). Au sein des unités secondaires, on peut encore opposer La Plante et le Nord-Ouest<sup>28</sup> - qui, par leur position d'interception sur le trajet vers le centre, jouent un certain rôle régional - aux quartiers de l'Est, du Nord, de Salzinnes II et de Saint-Nicolas - qui ont plus une fonction locale, Salzinnes I et le Sud présentant une situation intermédiaire. Par ailleurs, la structure commerciale de ces unités influence encore ces résultats comme nous le verrons plus loin (point III).

En 1977, la ville compte proportionnellement moins de commerces de quartier (-159), mais plus de commerces régionaux (+129). Depuis 1967, Namur affirme donc sa position de ville régionale.

En conclusion, à côté d'une évolution quantitative, on peut aussi observer une évolution de la qualité des magasins. En général, le phénomène est lié aux disparitions et aux créations plus qu'aux changements enregistrés dans les commerces n'ayant changé ni de nature, ni de localisation<sup>29</sup>. En effet, comme le montre bien le tableau VII, le standing et le modernisme moyens des commerces disparus est nettement plus faible que le standing et le modernisme moyens des commerces de 1967 (respectivement 2,89 contre 3,23 et 2,47 contre 2,89) et une situation inverse peut être observée pour les commerces nouveaux (respectivement 3,50 contre 3,46 et 3,45 contre 3,18). De même, les commerces disparus semblent appartenir plus fréquemment au groupe des points de vente ayant un rayonnement restreint alors que, parmi les créations, beaucoup d'unités ont un rôle régional. Par ailleurs, comme nous le montrerons plus loin (I D4), l'évolution se manifeste également au niveau des surfaces des commerces puisqu'il y a plus fréquemment élimination des petites unités et ouverture de plus grandes (tableau VII).

---

28. Séparée par le parc Louise-Marie du centre, cette unité a tendance de plus en plus à s'y intégrer (voir ci-après III).

29. Ce qui explique que les changements qualitatifs les plus sensibles sont enregistrés dans les catégories ou les quartiers ayant le plus de commerces qui ont changé.



Tableau VII.- NIVEAU QUALITATIF MOYEN ET SURFACE DE VENTE DES COMMERES DISPARUS ET NOUVEAUX PAR GRAND QUARTIER

	Commerces disparus			Commerces nouveaux		
	Centre	Unités secondaires	Commerces isolés Total	Centre	Unités secondaires	Commerces isolés Total
Cote moyenne de standing	3,12	2,75	2,84 2,89	3,70	3,27	3,29 3,50
Cote moyenne de modernisme	2,55	2,46	2,39 2,47	3,64	3,17	3,24 3,45
Cote moyenne de rayonnement probable	3,97	2,86	2,56 3,14	4,65	3,77	3,62 4,24
% de commerces < 15 m <sup>2</sup>	27,0	44,6	50,0 40,3	15,6	7,5	14,3 13,6
% de commerces > 40 m <sup>2</sup>	25,8	4,1	4,3 11,1	33,0	27,5	33,3 31,9

#### D. AUTRES CARACTERES DES COMMERCES EN 1977

L'enquête de 1977 a poussé plus loin certaines investigations. Nous avons, en effet, cherché à caractériser l'assortiment, le ou les niveau(x) d'installation, les longueurs de façades, les surfaces de vente et le personnel des magasins.

- 1) Assortiment (ou nombre et variété des produits offerts au choix des consommateurs; sa largeur représente le nombre de besoins différents auxquels il peut répondre tandis que sa profondeur traduit le nombre d'articles différents correspondant à un besoin déterminé avec les modalités et les variantes inhérentes à ce besoin) (tableau VIII)<sup>30</sup>.

En 1977, la cote moyenne générale est de 3,70. Les catégories offrant le meilleur assortiment sont l'équipement de la personne, l'équipement de la maison et de la profession, les loisirs-sports-culture et l'entretien de la personne; à l'opposé, l'assortiment moyen est légèrement plus faible pour les services, les cafés-restaurants et l'alimentation. Comme on pouvait s'y attendre, la cote moyenne du centre est plus élevée que celle des autres quartiers; parmi ces derniers, le Nord-Ouest et le Sud se classent en tête alors que les deux dernières places reviennent à l'Est et à Saint-Nicolas. Au total, la situation de la ville est toutefois assez bonne puisque 64,6 % des commerces présentent un assortiment jugé bon ou très bon.

#### 2) Niveau(x) d'installation

28 magasins sont installés sur plusieurs niveaux, en général sur deux niveaux, sauf les grands magasins à rayons multiples qui utilisent jusqu'à quatre niveaux différents. Parmi ces 28 unités, 23 sont localisées dans le centre dont 14 dans trois rues (Ange, Fer et square Léopold). En 1967, la ville ne comptait que 16 magasins installés sur plusieurs niveaux. Dans tous les cas sauf un

---

30. Même nombre de commerces cotés que pour le standing.

Tableau VIII.- ASSORTIMENT DES COMMERCES EN 1977

	Par catégorie					Par quartier							Cote moyenne
	1+2	3	4	5+6	T	1+2	3	4	5+6	T	Cote moyenne		
Alimentation	10	82	108	8	208		7	190	597	77	871	3,85	
Equipement personne	2	38	195	20	255		1	40	15	-	56	3,25	
Equipement maison-profession	2	48	155	28	233		3	31	22	1	57	3,37	
Loisirs-sports-culture	1	34	74	14	123		-	22	33	2	57	3,65	
Entretien personne	-	14	39	4	57		-	13	22	-	35	3,63	
Matériel de transport	-	22	27	5	54		1	37	22	-	60	3,35	
Cafés-restaurants	4	129	114	4	251		-	9	9	-	18	3,50	
Services	-	93	68	4	165		-	7	4	-	11	3,36	
Magasins à rayons multiples	-	1	11	-	12		-	19	4	-	23	3,17	
TOTAL	v.a.	19	461	791	87	1358	5	178	131	3	317	3,42	
	%	1,4	34,0	58,2	6,4	100,0	7	93	63	7	170	3,41	
		19	461	791	87	1358	19	461	791	87	1358	3,70	

Légende : 1+2 = restreint;

3 = moyen;

4 = bon (large et/ou profond);

5+6 = très bon (très large et/ou très profond).

(correspondant à une extension), les différences entre les deux relevés sont dues aux commerces nouveaux. En général, les magasins utilisant plusieurs niveaux relèvent des différentes catégories commerciales, exception faite de l'entretien de la personne et des services; toutefois, deux catégories sont mieux représentées : l'équipement de la personne et l'équipement de la maison et de la profession (7 unités chacune).

Par ailleurs, nous avons dénombré 12 commerces installés uniquement à l'étage ou en sous-sol. Tous ces commerces sont situés dans le centre et, parmi eux, 8 n'existaient pas en 1967. Ces unités appartiennent essentiellement à deux groupes d'activités : les coiffeurs et les cafés-restaurants (5 cas chacun).

Bien qu'encore timide, le mouvement d'occupation des étages et des sous-sols s'est intensifié, comme dans la plupart des grands centres urbains.

3) Longueurs des façades (ou somme des projections sur l'alignement de la rue des devantures de magasins) (tableau IX)<sup>31</sup>.

L'ensemble des linéaires commerçants de Namur s'élève à 9216 m dont 8817,5 pour les commerces spécialisés. 61,8 % de ces linéaires (ou 5688 m) sont situés dans le centre.

Trois catégories commerciales sont proportionnellement mieux représentées : les cafés-restaurants, l'équipement de la maison et de la profession et l'équipement de la personne.

En moyenne, la longueur moyenne de la façade d'un commerce namurois est de 6,5 m, mais cette longueur atteint 14,2 m pour le matériel de transport. Au total, la longueur moyenne est plus réduite dans le centre en raison notamment de la plus faible proportion des commerces du groupe matériel de transport<sup>32</sup> et équipement de la maison et de la profession.

---

31. Sur base des seuls rez-de-chaussée.

32. On ne rencontre aucune station-service dans le centre et très peu de commerces de vente de voitures.

Tableau IX. - REPARTITION PAR CATEGORIE ET PAR GRAND QUARTIER DES LONGUEURS DE FACADE

	Centre		Unités secondaires		Isolés		Total	
	longueurs en m	long. en % moy. (m)	longueurs en m	long. en % moy. (m)	longueurs en m	long. en % moy. (m)	longueurs en m	long. en % moy. (m)
Alimentation	461,0	8,4	305,5	15,0	281,0	21,4	1.047,5	11,9
Equipement personne	1.545,5	28,3	97,5	4,8	13,5	1,0	1.656,5	18,8
Equipement maison-profession	1.080,5	19,8	425,0	20,8	190,5	14,5	1.696,0	19,2
Loisirs-sports-culture	649,5	11,9	100,5	4,9	66,0	5,0	816,0	9,3
Entretien personne	236,5	4,3	60,5	3,0	32,0	2,4	329,0	3,7
Matériel transport	128,5	2,4	384,5	18,8	255,5	19,5	768,5	8,7
Cafés-restaurants	908,0	16,6	474,5	23,2	369,0	28,2	1.751,5	19,9
Services	454,0	8,3	194,5	9,5	104,0	8,0	752,5	8,5
Sous-total	5.463,5	100,0	2.042,5	100,0	1.311,5	100,0	8.817,5	100,0
Magasins à rayons multiples	224,5		40,0		124,0		388,5	
Total général	5.688,0		2.082,5		1.435,5		9.206,0	

Nous réutiliserons ces informations plus loin pour traduire le poids commercial des différents quartiers (tableau XIII) et leur spécialisation (annexe III).

4) Surfaces de vente (ou parties des locaux commerciaux réservées à la vente auxquelles les clients ont accès)<sup>33</sup>.

Alors que l'enquête de 1967 avait seulement abouti à un classement de ces surfaces en 5 catégories (< 15 m<sup>2</sup>, 15-39, 40-99, 100-200 et > 200)<sup>34</sup>, nous avons, en 1977, estimé la surface accessible au public grâce à l'enquête sur le terrain et l'aide des commerçants pour les cas les plus difficiles.

Comme le montre le tableau X, la surface totale de vente des commerces namurois peut être estimée à 78.886 m<sup>2</sup> dont 20.900 pour les magasins à rayons multiples. Les commerces spécialisés représentent donc près de 58.000 m<sup>2</sup>. Comme pour la répartition selon les longueurs des façades, les catégories de l'équipement de la maison et de la profession, de l'équipement de la personne et des cafés-restaurants sont les plus importantes, mais leur classement diffère

Le centre de la ville regroupe 71,2 % du total des surfaces, soit nettement plus que pour les façades.

En moyenne, la surface de vente d'un commerce est de l'ordre de 43 m<sup>2</sup>. Mais, ici encore, on observe de fortes différences selon les catégories puisque cette surface est de 89,8 m<sup>2</sup> pour le matériel de transport, 61,8 m<sup>2</sup> pour l'équipement de la maison et de la profession et seulement de 23,2 m<sup>2</sup> pour l'alimentation et de 22,7 m<sup>2</sup> pour les services.

---

33. Ces parties comprennent : l'emplacement occupé par la présentation des marchandises (y compris l'étalage), les allées de circulation et les emplacements occupés par les caisses et par les tables ou comptoirs d'emballage. En sont exclus : les réserves, les annexes, les locaux sociaux, etc. auxquels les clients n'ont pas accès (COMMISSION FRANÇAISE DE GEOGRAPHIE COMMERCIALE, [ 2 ], p. 49).

34. Classes distinguées par J.A. SPORCK, [ 14 ], ouvr. cit., pp. 61-62.

Tableau X.- REPARTITION PAR CATEGORIE ET PAR GRAND QUARTIER DES SURFACES DE VENTE

	Centre		Unités secondaires		Isolés		Total	
	Surfaces en m <sup>2</sup>	Surf. en % moy. (m <sup>2</sup> )	Surfaces en m <sup>2</sup>	Surf. en % moy. (m <sup>2</sup> )	Surfaces en m <sup>2</sup>	Surf. en % moy. (m <sup>2</sup> )	Surfaces en m <sup>2</sup>	Surf. en % moy. (m <sup>2</sup> )
Alimentation	2.287	6,0	1.596	12,5	933	13,5	4.816	8,3
Equipement personne	12.050	31,5	511	4,0	66	1,0	12.627	21,8
Equipement maison-profession	8.595	22,4	4.261	33,4	1.553	22,5	14.409	24,8
Loisirs-sports-culture	3.779	9,9	414	3,2	230	3,3	4.423	7,6
Entretien personne	1.181	3,1	285	2,2	130	1,9	1.596	2,7
Matériel transport	849	2,2	2.422	19,0	1.579	22,9	4.850	8,4
Cafés-restaurants	7.106	18,5	2.443	19,2	1.970	28,5	11.519	19,9
Services	2.471	6,4	827	6,5	448	6,4	3.746	6,5
Sous-total	38.318	100,0	12.759	100,0	6.909	100,0	57.986	100,0
Magasins à rayons multiples	17.873		910		2.117		20.900	
Total général	56.191		13.669		9.026		78.886	

Contrairement aux résultats pour les façades, la surface moyenne d'un commerce spécialisé est plus grande dans le centre et ce fait est particulièrement typique pour l'équipement de la personne, les loisirs-sports-culture, l'entretien de la personne et les services.

Afin de pouvoir nous prononcer sur l'évolution 1967-1977, nous avons encore réparti les informations de 1977 selon les cinq classes distinguées en 1967. Les résultats de ces recherches sont consignés dans le tableau XI.

De 1967 à 1977, la proportion des très petits magasins ( $< 15 \text{ m}^2$ ) s'est réduite alors que celle des commerces de  $> 40 \text{ m}^2$  s'accroissait. En ce qui concerne les  $15\text{-}39 \text{ m}^2$ , on assiste à un statu quo relatif malgré une diminution en valeur absolue.

Comme le montre très bien le tableau VII (déjà utilisé), l'évolution s'explique par une disparition plus marquée des très petits magasins et, au contraire, par la création plus fréquente de commerces de plus de  $40 \text{ m}^2$ . Par ailleurs, les commerces nouveaux installés dans de nouvelles cellules représentent  $11.289 \text{ m}^2$  dont  $5.982$  pour le centre,  $2.465$  pour les unités secondaires et  $2.842$  pour les isolés.

##### 5) Personnel (salarié et appointé)

Grâce au relevé dressé par l'INSPECTION GENERALE ECONOMIQUE ([ 6 ] ) donnant le personnel précis occupé dans chaque établissement occupant 5 personnes et plus, nous avons pu, dans un premier temps, répartir les commerces ayant 5 personnes et plus en trois classes : 5-19, 20-49, 50 et plus. La bipartition des autres points de vente en deux groupes (pas de personnel et 1 à 4 personnes) repose, pour sa part, sur l'enquête sur le terrain et l'interrogation des commerçants.

62,0 % des magasins namurois occupent du personnel (tableau XII)<sup>35</sup>; parmi ceux-ci, 737 emploient 1 à 4 personnes; 93, 5 à 19 personnes et 12, plus de 20 personnes.

---

35. Même nombre de commerces retenus que pour le standing.



Tableau XI.- EVOLUTION DE LA REPARTITION DES COMMERCES SELON LES CLASSES DES SURFACES  
DE VENTE (en m<sup>2</sup>)

	1 9 6 7						1 9 7 7						
	15 à < 15	40 à 39	100 à 99	200 à >200	T		15 à < 15	40 à 39	100 à 99	200 à >200	T		
<u>Catégories</u>													
Alimentation	144	168	14	-	-	326	66	129	13	-	-	208	
Equipement personne	75	115	39	8	6	243	40	137	63	6	9	255	
Equipement maison- profession	32	116	62	12	7	229	28	105	72	20	8	233	
Loisirs-sports- culture	32	65	15	2	-	114	25	61	33	4	-	123	
Entretien personne	10	36	4	-	-	50	11	38	8	-	-	57	
Matériel transport	5	20	22	7	7	61	3	17	19	11	4	54	
Cafés-restaurants	25	170	43	6	3	247	15	152	74	6	4	251	
Services	60	96	7	-	-	163	52	101	11	1	-	165	
Magasins à rayons multiples	2	2	3	-	6	13	-	-	2	1	9	12	
<u>Quartiers</u>													
Centre	166	479	153	29	20	847	126	474	217	34	20	871	
Est	33	36	5	-	-	74	23	26	6	-	1	56	
Nord	28	35	7	-	2	72	13	34	7	1	2	57	
Nord-Ouest	21	33	11	-	-	65	9	29	15	3	1	57	
Sud	12	59	4	-	-	75	3	26	6	-	-	35	
Salzennes I	30	31	5	-	-	66	15	33	11	-	1	60	
Salzennes II	6	11	4	-	-	21	3	9	6	-	-	18	
La Plante	5	6	-	-	1	12	2	7	-	-	2	11	
Saint Nicolas	7	9	-	-	-	16	5	16	-	2	-	23	
Unités secondaires	142	220	36	-	3	401	73	180	51	6	7	317	
Isolés	77	89	20	6	6	198	41	86	27	9	7	170	
TOTAL	v.a. %	385 28,6	788 54,5	209 14,5	35 2,4	29 2,0	1446 100,0	240 17,7	740 54,5	295 21,7	49 3,6	34 2,5	1358 100,0



La proportion des commerces occupant du personnel est plus forte dans les catégories matériel de transport, cafés-restaurants, entretien de la personne, équipement de la personne et équipement de la maison et de la profession; elle est, par contre, plus réduite pour l'alimentation et pour les services.

Sept magasins du centre sur dix occupent du personnel. Parmi les unités secondaires, on peut opposer le Sud, le centre principal de Salzinnes et le Nord-Ouest (où les pourcentages sont relativement plus élevés) au centre secondaire de Salzinnes et Saint-Nicolas (où les pourcentages sont les plus faibles).

En conclusion, les caractères supplémentaires de l'enquête de 1977 permettent de cerner davantage encore les multiples facettes de la réalité commerciale. Les données relatives aux surfaces de vente et aux façades semblent particulièrement intéressantes pour traduire l'importance du commerce. En effet, le poids commercial d'un quartier - globalement et par catégorie - peut être mis en évidence non seulement par un nombre de commerces, mais encore par les surfaces de vente ou les linéaires commerçants.

Ainsi, on remarque (tableau XIII) que le poids du centre est nettement plus marqué si l'on retient les surfaces que le nombre de points de vente ou les longueurs de façades. Un tel résultat s'explique par le fait qu'en moyenne la surface de vente d'un commerce du centre est plus grande tout en présentant une façade plus restreinte. A l'origine de cette situation, il faut invoquer le coût du sol dans l'espace central urbain (qui limite souvent la longueur sur rue de la parcelle), mais aussi la nécessité de disposer d'une certaine surface afin de mieux répondre à toutes les exigences de la clientèle. On comprend dès lors la tendance plus fréquente dans le centre d'utiliser divers niveaux et surtout de valoriser au maximum toute la profondeur des immeubles. Une situation inverse existe parmi les commerces isolés où la tendance est généralement une façade moyenne plus grande et une surface relativement plus petite.

Si l'on pousse les investigations plus loin, au niveau des grandes catégories commerciales (annexe III) (en éliminant les magasins à rayons multiples dont la situation diffère trop nettement de celle des autres catégories), on

Tableau XIII.- COMPARAISON ENTRE LE POIDS COMMERCIAL DES DIFFERENTS QUARTIERS  
(en 1977)

	Nombre de points de vente		Surfaces de vente		Longueurs de façade	
	v.a.	%	v.a. (m <sup>2</sup> )	%	v.a. (m)	%
Centre	883	64,3	56.191	71,2	5.688,0	61,8
Est	56	4,1	1.761	2,2	283,5	3,1
Nord	57	4,2	3.917	5,0	476,5	5,1
Nord-Ouest	57	4,2	2.603	3,3	378,6	4,1
Sud	36	2,6	1.172	1,5	221,1	2,4
Salzennes I	61	4,4	1.915	2,4	320,5	3,5
Salzennes II	18	1,3	610	0,8	136,0	1,5
La Plante	11	0,8	902	1,1	119,5	1,3
Saint-Nicolas	23	1,7	789	1,0	147,0	1,6
Unités secondaires	319	23,3	13.669	17,3	2.082,7	22,6
Isolés	170	12,4	9.026	11,5	1.435,2	15,6
TOTAL	1.372	100,0	78.886	100,0	9.205,9	100,0

s'aperçoit que le processus décrit pour le centre se vérifie dans toutes les catégories, sauf le matériel de transport et l'équipement de la maison et de la profession. Pour ces deux catégories, la surface moyenne est relativement plus petite dans le centre suite au rejet, dans les autres quartiers, des commerces ayant les plus grandes exigences en surface, notamment matériaux, ameublement, vente de voitures, stations-services (annexe I). Par contre, dans les unités secondaires, la surface moyenne des commerces d'alimentation, de l'équipement de la maison et de la profession et du matériel de transport est proportionnellement plus grande que la surface moyenne namuroise pour ces mêmes catégories et une situation analogue se rencontre parmi les isolés pour les catégories matériel de transport et cafés-restaurants.



## II - LE CENTRE COMMERCANT

Lieu de concentration par excellence de la fonction commerciale à rayonnement régional, le centre commerçant namurois avait été délimité en 1967 sur base des indices de concentration commerciale par rue<sup>36</sup>, de la cote moyenne de rayonnement probable par rue et des cotes moyennes de standing et de modernisme, également calculées par rue<sup>37</sup>. Comme nous avons déjà eu l'occasion de le dire, les limites n'ont pas changé en 1977, malgré les réajustements internes importants. Ces limites sont reprises sur la figure 3.

### A. STRUCTURE COMMERCIALE

Comme la figure 2 l'a montré, la structure par grande catégorie commerciale a peu changé entre 1967 et 1977. Les trois secteurs les plus importants en 1977 sont l'équipement de la personne, l'équipement de la maison et de la profession et les cafés-restaurants. En 1967, la situation était analogue, exception faite pour la troisième place occupée par l'alimentation.

Mais, poussons notre analyse plus loin en recherchant les sous-catégories les mieux représentées dans le centre grâce au tableau XIV qui donne à la fois les résultats de 1977 et de 1967.

Les sous-catégories les plus centrales à Namur (celles comptant plus de 75 % de leurs unités dans le centre) sont : tout l'équipement de la personne,

---

36. L'indice de concentration commerciale par rue correspond au pourcentage des immeubles commerçants par rapport au total des immeubles. Il traduit donc la densité commerciale. Remarquons que cette densité peut encore être exprimée par d'autres moyens, notamment le rapport longueur des façades commerciales/longueur de la rue (méthode la plus performante) ou nombre de commerces pour 100 m de rues (méthode utilisée par J. SOUMAGNE et C. SOUMAGNE-PAPY, [ 13 ], p. 63).

37. B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 9 ], ouvr. cit., p. 131-136.

Tableau XIV. - CENTRALITE DES MAGASINS

(% des magasins situés dans  
le centre par catégorie et  
sous-catégorie)

	1 9 6 7			1 9 7 7		
	C.	T	%	C.	T	%
Alimentation générale	46	176	26,1	24	88	27,3
Viandes-poissons	37	73	50,7	30	49	61,2
Pain-sucrieries	29	58	50,0	29	55	52,7
Divers	13	19	68,4	11	16	68,8
ALIMENTATION	125	326	38,3	94	208	45,2
Vêtements	66	86	76,7	104	111	93,7
Articles textiles	19	20	95,0	16	18	88,9
Linge personnel	45	55	81,8	41	51	80,4
Chaussures	24	26	92,3	24	26	92,3
Accessoires	50	56	89,3	44	49	89,8
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	204	243	84,0	229	255	89,8
Matériaux	17	23	73,9	14	27	51,9
Ameublement	59	92	64,1	60	87	69,0
Electricité	17	27	63,0	18	24	75,0
Outillage-ustensiles	31	49	63,3	26	42	61,9
Décoration	30	38	78,9	41	53	77,4
EQUIPEMENT DE LA MAISON ET DE LA PROFESSION	154	229	67,2	159	233	68,2
Sports	12	15	80,0	16	17	94,1
Loisirs-culture	73	99	73,7	80	106	75,5
EQUIPEMENT DE LOISIRS- SPORTS-CULTURE	85	114	74,6	96	123	78,1
Santé	26	43	60,5	29	46	63,0
Beauté	6	7	85,7	10	11	90,9
ENTRETIEN DE LA PERSONNE	32	50	64,0	39	57	68,4
MATERIEL DE TRANSPORT	20	61	32,8	13	54	24,1
CAPES-RESTAURANTS	121	247	49,0	140	251	55,8
Entretien de la personne	87	150	58,0	75	127	59,1
Loisirs	19	25	76,0	26	43	60,5
Autres services	4	4	100,0	6	9	66,7
SERVICES A CARACTERE COMMERCIAL	110	179	61,5	107	179	59,8
Vente traditionnelle	5	10	50,0	2	2	100,0
Libre-service	2	3	66,7	4	10	40,0
MAGASINS A RAYONS MULTIPLES	7	13	53,8	6	12	50,0
T O T A L	858	1462	58,7	883	1372	64,4

C = centre; T = total.

l'électricité en 1977, la décoration, les sports, les loisirs-culture en 1977, la beauté, les services de loisirs et les autres services en 1967 et les magasins à rayons multiples pratiquant la vente traditionnelle en 1977. A l'opposé, les sous-catégories les moins centralisées (< 50 %) sont : l'alimentation générale, le matériel de transport, les cafés-restaurants en 1967 et les magasins à rayons multiples en libre-service en 1977.

Entre 1967 et 1977, les pourcentages de commerces localisés dans le centre ont parfois fortement changé. Six sous-catégories ont accru leur centralité : les viandes-poissons, les vêtements, l'électricité, les sports, les cafés-restaurants et les magasins à rayons multiples pratiquant la vente traditionnelle. Six autres sont, au contraire, moins bien représentées dans le centre qu'en 1967 : les articles textiles, les matériaux, le matériel de transport, les services de loisirs, les autres services et les magasins à rayons multiples en libre-service. Tous ces résultats peuvent s'expliquer par les processus suivants :

- diminution relativement plus forte des commerces dans les unités secondaires et parmi les isolés (boucheries-charcuteries, commerces d'électricité, bazars);
- diminution très forte des points de vente en dehors du centre et parallèlement ouverture de nouvelles unités dans ce centre (vêtements, cafés-restaurants);
- ouverture de plusieurs unités dans le centre (sports);
- fermetures plus nombreuses dans le centre qu'ailleurs (articles textiles, matériel de transport);
- création de plusieurs points de vente en dehors du centre (matériaux, agences hippiques, stations-services et magasins à rayons multiples en libre-service).

Par ailleurs, les résultats consignés en annexe I permettent même de se prononcer sur l'évolution de chaque rubrique et de tenter de classer ces dernières selon leur degré de centralité.

Ainsi, en 1977, toutes les rubriques suivantes sont seulement représentées dans le centre :



- traiteurs, charcuteries, spécialités étrangères;
- confection pour hommes, articles pour futures mamans, vêtements daim-cuir, vêtements sport, jeans et pantalons, vêtements de travail, fourrures, tissus, merceries, gaines, maroquineries, parapluies, chapelleries, ganteries;
- meubles de jardin, linge de maison, salles de vente, quincailleries-serrureries, machines à coudre, articles en plastique, galeries d'art, articles religieux, vannerie;
- articles de sports, armes, selleries, stylos, philatélie, musique, disquaires, farces-articles de carnaval, photographie, animaux;
- optique, appareils acoustiques;
- cafétérias-salons de thé, glaciers;
- stoppage de vêtements, coiffeurs d'enfants, pédicures, dancings;
- grands magasins à rayons multiples.

Par contre, les rubriques suivantes comptent moins d'un tiers de leurs représentants dans le centre :

- alimentations générales, épiceries, boulangeries-pâtisseries sans salon de consommation;
- meubles de bureau, miroiteries;
- journaux-livres-articles de papeterie-jouets-tabac<sup>38</sup>;
- pneus, vente de voitures, stations-services, vente de caravanes;
- agences hippiques, agences de location de voitures.

Certes, certains de ces résultats ont été calculés sur un très petit nombre de cas et peuvent dès lors traduire plus le hasard que la réalité<sup>39</sup>. Toutefois, on perçoit bien, à la lumière de cette énumération, les forts contrastes existant en matière de centralité des magasins.

---

38. Ce sont des magasins vendant l'ensemble de ces biens et desservant le plus souvent un quartier.

39. Cas des meubles de jardin, des dancings ou des pédicures, par exemple.

## B. DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION PAR RUE

Le tableau XV a été établi de la même manière que les tableaux II et III. Toutefois, les commerces disparus et nouveaux y ont été rangés en deux classes seulement - les disparitions ou les créations effectives et les disparitions ou les créations par changement d'affectation, la dernière colonne reprenant cependant le nombre de commerces de 1967 devenus en 1977 le siège d'une agence bancaire ou d'un bureau d'assurances.

Les soldes de l'évolution par rue sont peu importants sauf dans deux cas correspondant à la création de nouvelles cellules : les galeries de la rue de l'Ange et le square Léopold. En effet, la rue de l'Ange compte à présent deux galeries : la Galerie de l'Ange ouverte en 1974 à l'emplacement de l'ancien Sarma (fermé en 1971) et la Galerie-Jardin d'Harscamp inaugurée fin 1976, quelques mètres plus au nord de la précédente<sup>40</sup>. Ces deux galeries totalisent 42 cellules différentes (17 et 25) dont 11 étaient inoccupées lors du relevé de 1977<sup>41</sup>. La Galerie de l'Ange est, pour sa part, directement associée au nouveau grand magasin A l'Innovation, résultant de la fusion de l'Innovation et du Bon Marché. Par ailleurs, au nord de la ville, à proximité immédiate de la gare, un autre nouveau complexe a vu le jour en 1969 au square Léopold : 15 magasins sont associés à la gare routière des autobus suburbains (20 quais) et à un parking de 450 emplacements répartis sur deux niveaux.

Pour toutes les autres rues, les soldes varient de -6 (partie de la rue de Bruxelles située au-delà de la rue Godefroid) à +7 (rue Godefroid, où une toute petite galerie a été ouverte).

---

40. Cette galerie est installée au rez-de-chaussée d'un nouvel immeuble comprenant 60 appartements et 16 studios pour le troisième âge et un parking de 68 places.

41. Le plan initial avait prévu respectivement 22 et 32 cellules, mais certaines furent regroupées. Notre relevé indique seulement 29 magasins et non 31 (42 - 11), car deux cellules de la Galerie-Jardin d'Harscamp n'ont pas été retenues, l'une étant occupée par une agence immobilière et l'autre reprise rue de l'Ange, la porte d'entrée du magasin donnant sur cette rue.

Tableau XV.- DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION PAR RUE DU CENTRE

Rues	Nb. com. 1967	Disparus			In-changés	Nouveaux			Nb. com. 1977	Solde	
		réels	chgt aff.	T		réels	chgt aff.	T		banques	assur.
1. Ange	64	2	22	24	40	2	19	21	61	-3	1
2. Galeries	5	4	1	5	-	15	14	29	29	+24	-
3. Armes+St Remy+ Bavière+Beffroi	18	3	3	6	12	-	3	3	15	-3	2
4. Bas de la Place	16	1	8	9	7	5	8	13	20	+4	-
5. Billiard	15	3	4	7	8	1	4	5	13	-2	-
6. Borgnet+Léopold	16	2	7	9	7	1	5	6	13	-3	-
7. Brasseurs(+pl. Ser- vais) +Railly	24	7	6	13	11	6	6	12	23	-1	-
8. Fruxelles(+Godefroid)	21	2	8	10	11	1	7	8	19	-2	1
9. Pruxelles(au-delà)	28	6	10	16	12	1	9	10	22	-6	2
10. Carmes	49	-	11	11	38	3	10	13	51	-	-
11. Collège(+Fumal) +St Loup	17	2	3	5	12	1	3	4	16	-1	-
12. Croisiers	38	4	13	17	21	1	12	13	34	-4	2
13. Croix	35	-	14	14	21	1	13	14	35	0	-
14. Cuvelier+Théâtre+Tour	50	3	14	17	33	1	11	12	45	-5	2
15. Dames Planches+Mon- crabeau	12	2	2	4	8	4	2	6	14	+2	-
16. Fer	74	1	21	22	52	-	21	21	73	-1	-
17. Fossés Fleuris	10	1	6	7	3	1	6	7	10	0	-
18. Fripiers+Echasseurs+ Halle	26	4	12	16	10	3	13	16	26	0	1
19. Gare(avenue de la)	12	-	3	3	9	-	3	3	12	0	-
20. Gare(passage de la)	9	1	1	2	7	-	1	1	8	-1	1
21. Gare(place de la)+ Ursulines	22	-	4	4	18	5	2	7	25	+3	-
22. Godefroid	28	6	8	14	14	12	9	21	35	+7	1
23. Golenvaux	10	1	3	4	6	-	2	2	8	-2	1
24. Gravière+Borlée	21	3	6	9	12	2	6	8	20	-1	-
25. Haute Marcelle	14	3	4	7	7	6	4	10	17	+3	-
26. Inquiétude	6	-	1	1	5	1	1	2	7	+1	-
27. Léopold(square)	-	-	-	-	-	15	-	15	15	+15	-
28. Marché+Marché au Chan- vre+Marché aux Légumes	14	3	4	7	7	1	3	4	11	-3	-
29. Marchevette+Monnaie	22	1	7	8	14	1	10	11	25	+3	1
30. Mélot+Omalius	11	1	3	4	7	3	3	6	13	+2	-
31. Ouvrage	15	-	6	6	9	-	4	4	13	-2	-
32. Pont (+Sambre)	14	2	4	6	8	1	4	5	13	-1	-
33. Président(+Fossés Fleuris)	13	2	5	7	6	-	5	5	11	-2	-
34. Rogier+Michel+Namèche +Gaillot	62	9	17	26	36	8	17	25	61	-1	1
35. Saint-Jacques	25	-	8	8	17	-	8	8	25	0	-
36. St Jean +Descamps	14	2	2	4	10	4	2	6	16	+2	-
37. St Joseph(passage)	11	-	5	5	6	-	5	5	11	0	-
38. St Joseph (rue)	12	1	5	6	6	1	5	6	12	0	-
39. Servais	5	1	-	1	4	2	-	2	6	+1	-
CENTRE	858	83	261	344	514	109	260	369	883	+25	16

Les disparitions effectives ne dépassent 5 unités que dans quatre cas : les rues Rogier, Michel, Namèche, Gaillot (9 unités), la rue des Brasseurs (partie orientale) (7 unités), la rue Godefroid et la rue de Bruxelles (2ème tronçon) (6 unités chacune). Toutes ces rues sont situées en position marginale et sont donc touchées par un processus assez classique : la fermeture des commerces les plus excentriques.

Mis à part le cas des galeries déjà analysé<sup>42</sup>, les créations effectives dépassent 5 unités dans trois cas : les rues Rogier, Michel, Namèche, Gaillot (8 unités) et les rues des Brasseurs et Haute Marcelle (6 unités chacune). Pour les deux premiers ensembles, les créations compensent pratiquement les disparitions, tout en entraînant des modifications internes; pour le troisième, on y observe un certain développement de la fonction commerciale.

Comme on pouvait s'y attendre, les changements les plus spectaculaires sont les changements d'affectation au sein des locaux commerciaux préexistants. Ces transformations se manifestent partout (sauf place M. Servais) même dans l'axe principal constitué par l'avenue de la Gare, les rues de Fer et de l'Ange, la rue de Marchovelette et la place d'Armes.

### C. STRUCTURE ET SPECIALISATION DES AXES

Le tableau XVI donne par rue et pour les quatre catégories principales du centre le nombre total de commerces, le pourcentage correspondant et l'indice de spécialisation de la branche pour tous les cas où cet indice est > 1.

---

42. Les commerces de la Galerie de l'Ange ont été rangés dans le groupe "changement d'affectation" puisqu'ils réutilisent une ancienne surface commerciale, celle du magasin Sarma; par contre, ceux de la Galerie-Jardin d'Harscamp ont été considérés comme nouveaux, car l'espace employé dans ce cas dépassait nettement la surface commerciale préexistante.

Tableau XVI.- STRUCTURE ET SPECIALISATION DES RUES DU CENTRE (1977) (sur base du nombre de magasins)

	Nb. total	Eq. personne			Eq. maison-profession			L-S-C			Ca-Re		
		Nb	%	IS	Nb	%	IS	Nb	%	IS	Nb	%	IS
1. Ange	61	38	62,3	2,39	4	6,6		7	11,5	1,06	3	4,9	
2. Galeries	29	17	58,6	2,24	4	13,8		3	10,3		2	6,9	
3. Armes+St Remy+Bavière+Peffroi	14	3	21,4		2	14,3		1	7,1		4	28,6	1,80
4. Bas de la Place	19	2	10,5		5	26,3	1,45	2	10,5		3	15,8	
5. Billiard	13	2	15,4		1	7,7		1	7,7		5	38,5	2,42
6. Borgnet+Léopold	13	1	7,7		2	15,4		1	7,7		6	46,2	2,97
7. Brasseurs(+pl. Servais)+Faily	23	2	8,7		4	17,4		5	21,7	1,99	6	26,1	1,64
8. Bruxelles(+Godefroid)	19	3	15,8		3	15,8		4	21,1	1,94	4	21,1	1,33
9. Bruxelles(+au-delà)	22	1	4,5		2	9,1		5	22,7	2,08	5	22,7	1,43
10. Carmes	51	20	39,2	1,50	11	21,6	1,19	5	9,8		2	3,9	
11. Collège(+Fumal)+St Loup	16	-	-		7	43,7	2,41	1	6,2		2	12,5	
12. Croisiers	33	13	39,4	1,51	4	12,1		7	21,2	1,95	4	12,1	
13. Croix	35	13	37,1	1,42	8	22,9	1,27	3	8,6		2	5,7	
14. Cuvelier+Tour+Théâtre	45	6	13,3		13	28,9	1,60	3	6,7		6	13,3	
15. Dames Blanches+Moncrabeau	14	2	14,3		4	28,6	1,58	1	7,1		4	28,6	1,80
16. Fer	73	33	45,2	1,73	6	8,2		6	8,2		11	15,1	
17. Fossés Fleuris	10	-	-		6	60,0	3,31	-	-		2	20,0	1,26
18. Fripiers+Echasseurs+Halle	25	9	36,0	1,38	3	12,0		2	8,0		2	8,0	
19. Gare(avenue de la)	11	1	9,1		-	-		3	27,3	2,50	6	54,6	3,43
20. Gare(passage de la)	7	1	14,3		-	-		-	-		-	-	
21. Gare(place de la)+Ursulines	25	-	-		2	8,0		2	8,0		10	40,0	2,52
22. Godefroid	35	5	14,3		4	11,4		4	11,4	1,05	9	25,7	1,62
23. Golenvaux	8	1	12,5		2	25,0	1,38	-	-		1	12,5	
24. Gravière+Porlée	20	3	15,0		5	25,0	1,38	1	5,0		5	25,0	1,57
25. Haute Marcelle	17	4	23,5		5	29,4	1,62	2	11,8	1,08	-	-	
26. Inquiétude	7	1	14,3		1	14,3		1	14,3	1,31	3	42,9	2,70
27. Léopold (square)	15	7	46,7	1,79	-	-		2	13,3	1,22	2	13,3	
28. Marché+Marché au Chanvre+Marché aux Légumes	11	-	-		2	18,2	1,01	-	-		4	36,4	2,29
29. Marcholette+Monnaie	25	7	28,0	1,07	5	20,0	1,11	2	8,0		4	16,0	1,07
30. Mélot+Omalius	13	1	7,7		2	15,4		2	15,4	1,41	2	15,4	
31. Ouvrage	13	2	15,4		4	30,8	1,70	-	-		-	-	
32. Pont(+Sambre)	13	4	30,8	1,18	3	23,1	1,28	2	15,4	1,41	-	-	
33. Président(+Fossés Fleuris)	11	1	9,1		7	63,6	3,51	1	9,1		-	-	
34. Rogier+Michel+Namèche+Gaillot	61	4	6,6		14	23,0	1,27	6	9,8		16	26,2	1,65
35. St Jacques	25	10	40,0	1,53	3	12,0		6	24,0	2,20	2	8,0	
36. St Jean+Descamps	16	2	12,5		6	37,5	2,07	2	12,7		1	6,2	
37. St Joseph(passage)	11	6	54,5	2,09	1	9,1		-	-		-	-	
38. St Joseph (rue)	12	4	33,3	1,28	2	16,7		-	-		2	16,7	1,05
39. Servais	6	-	-		2	33,3	1,84	3	50,0	4,59	-	-	
CENTRE	877	229	26,1		159	18,1		96	10,9		140	15,9	

N.B. Magasins à rayons multiples non comptés. Seuls les indices de spécialisation (IS) supérieurs à 1 sont repris dans le tableau.

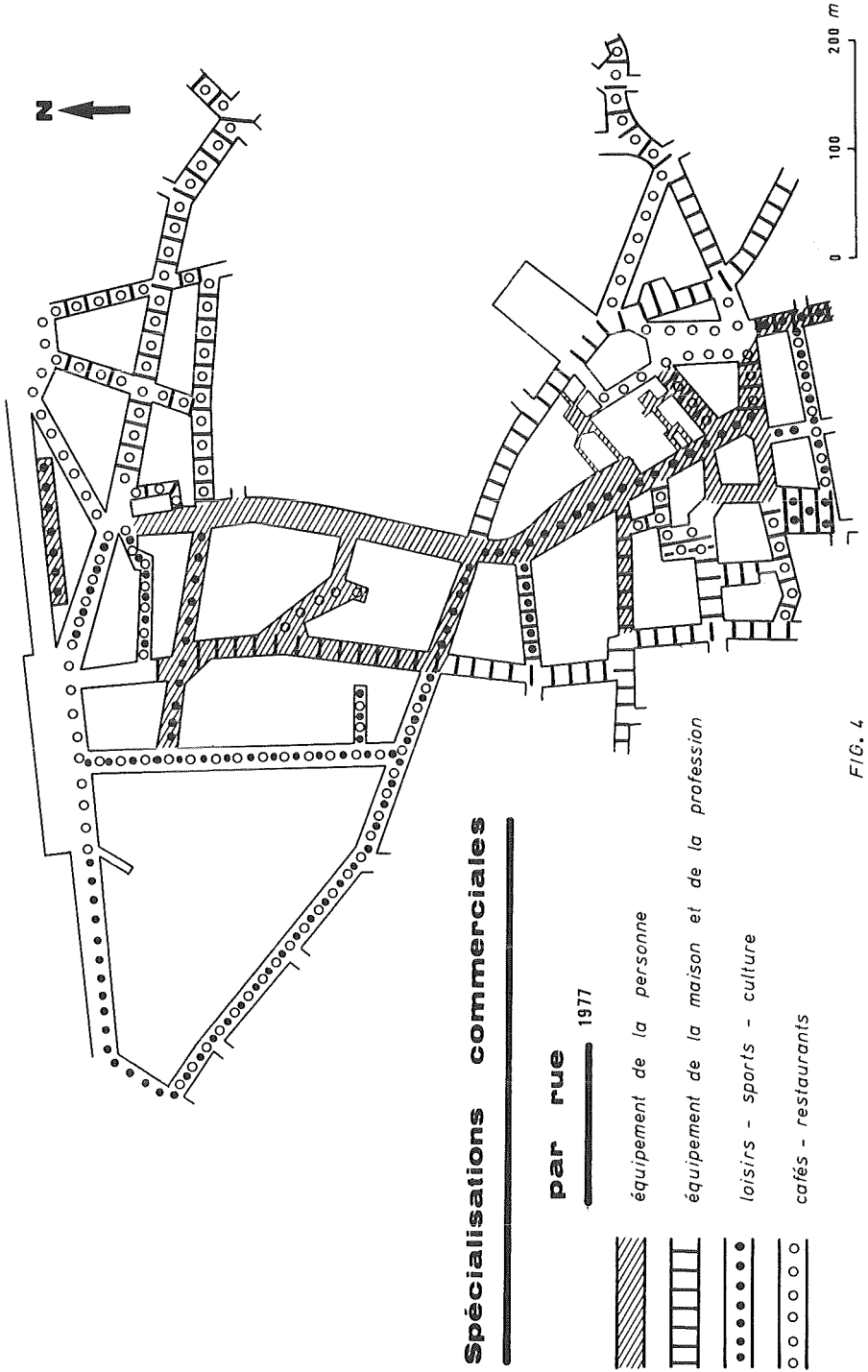


FIG. 4

Pensant que la notion de spécialisation d'un axe doit tenir compte de la structure globale du commerce et que l'on ne peut retenir la même valeur pour toutes les catégories puisque le poids de ces dernières varie, la spécialisation d'un axe a en effet été mise en évidence grâce à :

$$\text{l'indice de spécialisation} = \frac{\% \text{ des commerces d'une catégorie dans la rue}}{\% \text{ des commerces de cette même catégorie dans le centre}}$$

Cette méthode, déjà retenue dans l'étude de 1967<sup>43</sup>, diffère donc de celle employée par d'autres auteurs qui estiment que la spécialisation est liée à un pourcentage de magasins d'une catégorie, pourcentage toujours le même, quelle que soit l'importance de la catégorie<sup>44</sup>. Remarquons, en outre, que l'indice de spécialisation aurait pu être calculé au départ des surfaces de vente ou des façades, mais nous n'avons pas retenu ce procédé en raison du fait que ces résultats étaient, plus encore que le nombre de points de vente, liés à l'importance commerciale de la rue<sup>45</sup>.

La figure 4 illustre les spécialisations commerciales par rue. On y observe que le coeur du centre commercial, l'hypercentre<sup>46</sup>, est souligné par la spécialisation dans l'équipement de la personne en association parfois avec les loisirs - sports-culture. Les commerces de la catégorie équipement de la maison et de la profession ont une localisation plus marginale alors que le groupe cafés-restaurants est très bien représenté au nord de part et d'autre de la Porte de Fer et dans une mesure moindre au sud.

Toutes les rues du centre présentent au moins une spécialisation dans une des quatre catégories retenues, à l'exception du passage de la Gare qui a essentiellement une vocation dans le domaine alimentaire. En général, de nombreux axes présentent une double spécialisation.

43. B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 9 ], *ouvr. cit.*, pp. 144-145.

44. Par exemple, N. VAUDOUR ( [ 18 ] , pp. 5-9), qui associe un axe homogène à un pourcentage de 40.

45. Ainsi, la présence d'un seul grand commerce d'une catégorie dans une rue où le nombre de magasins est faible fait de cette rue un axe spécialisé dans la catégorie en question.

46. L'hypercentre est la partie où le commerce domine et atteint sa productivité maximum au m<sup>2</sup>; vêtements et grands magasins occupent la première place (J. BEAU-JEU-GARNIER et A. DELOBEZ, [ 1 ], p. 218).

Malgré quelques changements, la structure même du centre a finalement été peu modifiée depuis 1967. En effet (annexe IV), les soldes de l'évolution par rue et par catégorie sont toujours inférieurs à 5, sauf dans six cas : perte de 6 commerces alimentaires rue de Fer et de 5 magasins d'équipement de la personne rue Rogier, gain de 6 points de vente d'équipement de la maison et de la profession rue Fossés Fleuris et de 5 unités d'équipement de la personne rue de Fer et enfin ouverture dans les galeries de la rue de l'Ange et au square Léopold respectivement de 17 et 7 commerces d'équipement de la personne.

#### D. NIVEAU QUALITATIF PAR RUE

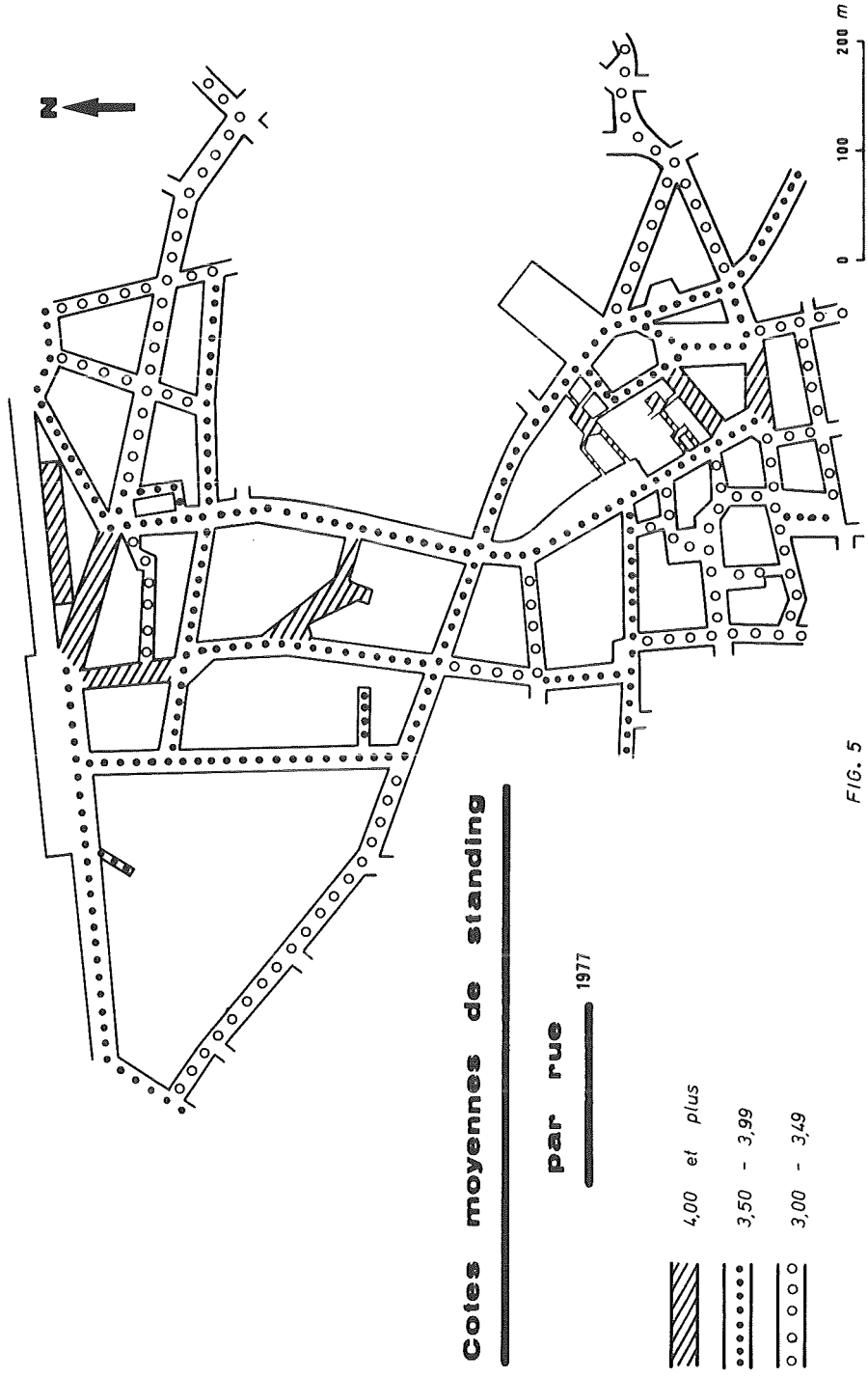
Les figures 5, 6, 7 et 8 traduisent respectivement le standing, le modernisme, l'assortiment et le rayonnement probable moyens par rue en 1977.

Les cotes moyennes les plus élevées de standing se rencontrent en sept endroits différents : le square Léopold, l'avenue de la Gare, le passage de la Gare, la rue et le passage Saint-Joseph, les galeries de la rue de l'Ange et l'ensemble Marchovelette-Monnaie. Les cotes les plus faibles correspondent presque toujours à des axes plus marginaux.

Les cotes moyennes de modernisme supérieures à 4 soulignent, quant à elles, les deux complexes nouveaux (square Léopold et galeries de la rue de l'Ange) et une artère qui s'est bien modernisée : l'avenue de la Gare. De nouveau, les moyennes les plus faibles correspondent aux axes les plus marginaux et on rencontre même, dans ce cas, plusieurs cotes moyennes inférieures à 3.

Les contrastes sont moins forts si l'on s'attache à la cote moyenne d'assortiment. 14 axes obtiennent une moyenne supérieure à 4; tous, sauf quatre, sont localisés dans la partie nord de la ville, partie s'affirmant de plus en plus dans le contexte commercial namurois. Des cotes moyennes inférieures à 3,50 ne se rencontrent que dans quatre cas : 2ème tronçon de la rue de Bruxelles, rue Haute Marcelle, rue Billiard et aux environs de la place du Marché.





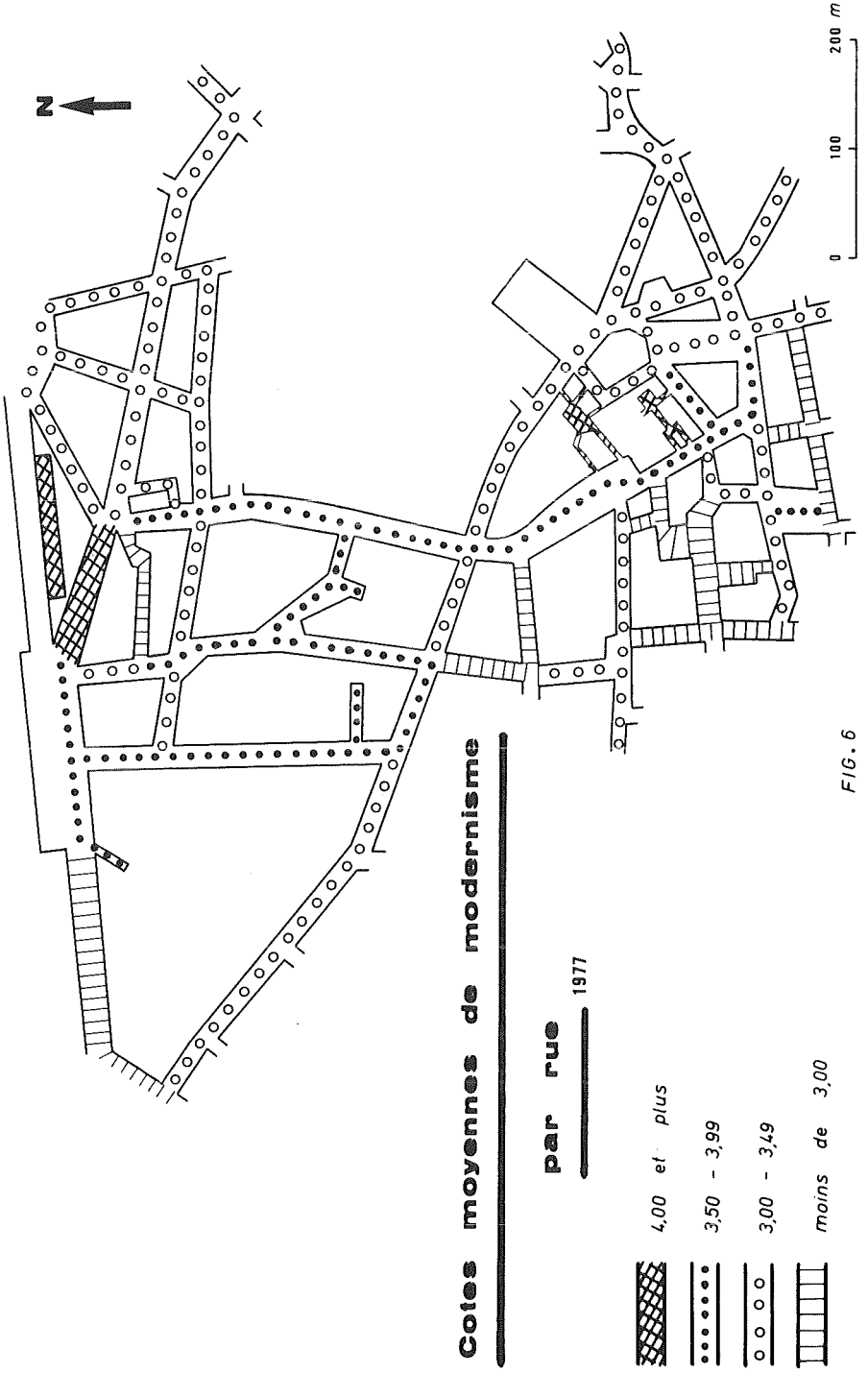
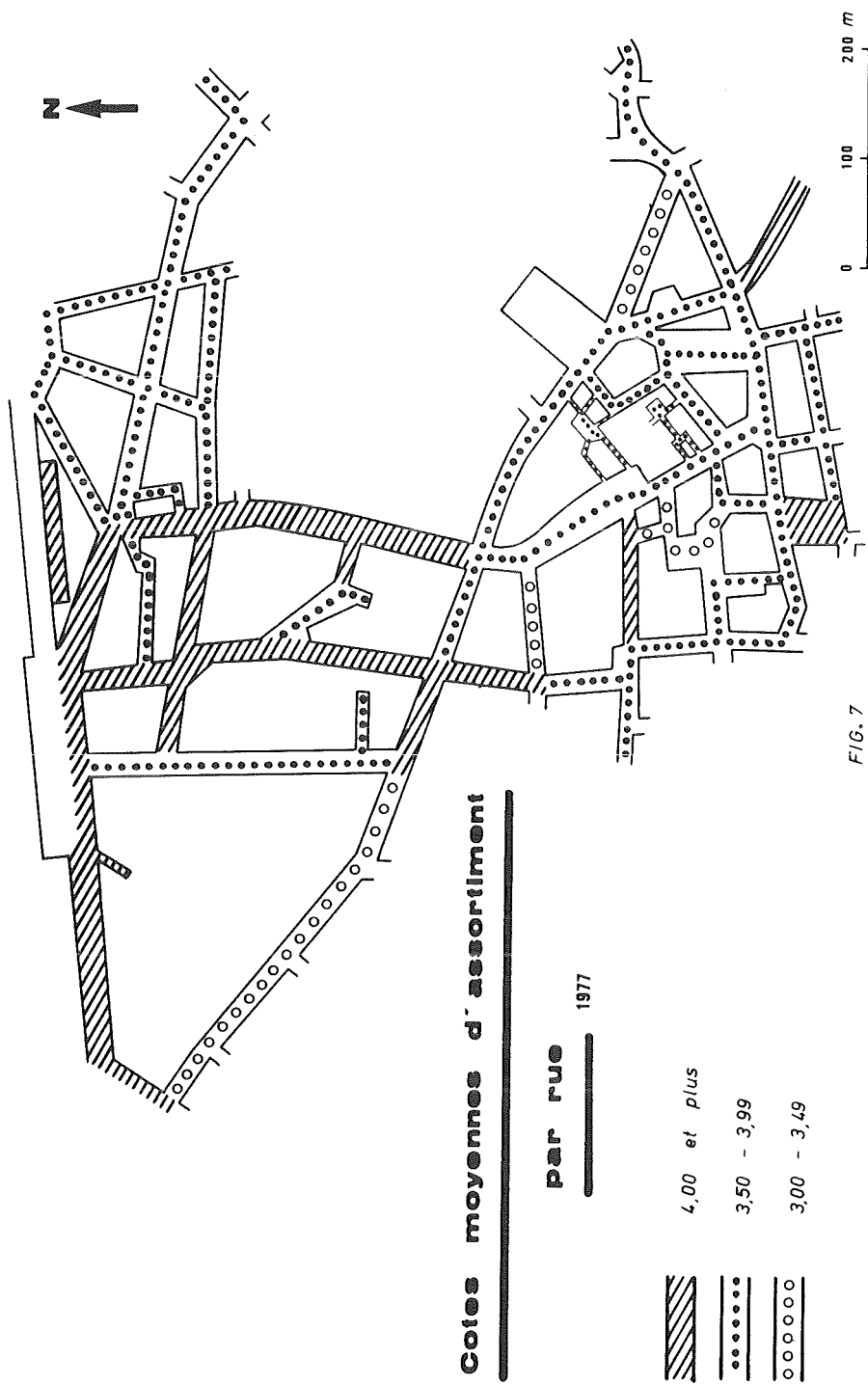
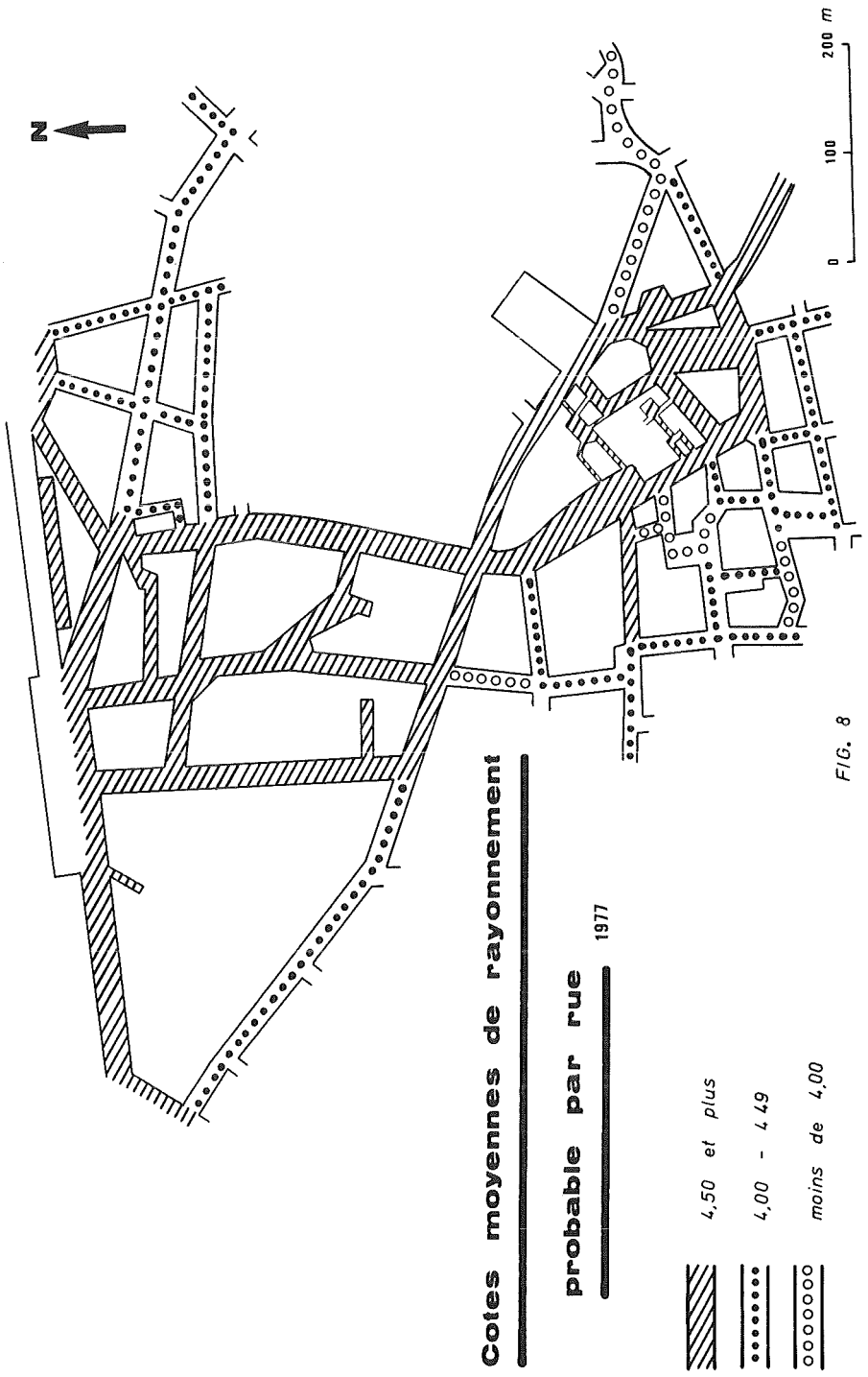


FIG. 6





Les cotes moyennes de rayonnement probable par rue traduisent enfin très bien l'hypercentre (moyennes > 4,50) dont l'extension semble plus nette au nord qu'au sud.

L'annexe V rassemble les cotes moyennes de 1967 et de 1977, ce qui permet de se prononcer sur l'évolution qualitative des rues du centre.

De 1967 à 1977, le standing moyen a crû partout, sauf à quatre endroits : place d'Armes, rue des Croisiers, place de la Gare et passage Saint-Joseph. Pour le modernisme, il y a également élévation des cotes moyennes, sauf rue Borgnet, rue de la Croix, passage de la Gare, place du Marché, rue de l'Ouvrage, passage Saint-Joseph et place Servais. Au niveau du rayonnement probable, il y a croissance ou maintien des cotes partout, sauf rue des Dames Blanches, place du Marché et rue de l'Ouvrage. Au total, l'évolution est souvent favorable, mais les efforts de modernisation sont trop réduits, en particulier parmi les commerces qui existaient en 1967.

### III - LES UNITÉS SECONDAIRES ET LES COMMERCES ISOLÉS

---

Comme nous l'avions montré en 1967<sup>47</sup>, parmi les huit unités secondaires, quatre se situent à proximité immédiate du centre : l'Est, le Nord, le Nord-Ouest et le Sud. Les quatre autres constituent des pôles plus distincts.

#### A. STRUCTURE COMMERCIALE

Comme la figure 1 l'avait bien mis en évidence, la structure des unités secondaires est marquée, de 1967 à 1977, par la régression relative de l'alimentation et l'augmentation des cafés-restaurants, de l'équipement de la maison et de la profession et des services; celle des commerces isolés est caractérisée par un phénomène très similaire avec toutefois une croissance beaucoup plus forte des services et des loisirs-sports-culture.

Voyons à présent, à l'aide du tableau XVII, l'évolution de chaque unité secondaire.

A l'Est, la diminution relative de l'alimentation est très forte tandis qu'il y a croissance de l'équipement de la maison et de la profession et statu quo (en %) des cafés-restaurants. La structure de cette unité est dominée par ces trois catégories et par les services, traduisant ainsi très bien le double rôle joué par le commerce de ces quelques rues : desserte locale (alimentation, services) et desserte régionale (équipement de la maison et de la profession, cafés-restaurants).

Le cas de l'annexe Nord est très voisin; seule différence, l'augmentation absolue et relative plus forte des cafés-restaurants.

---

47. B. MERENNE-SCHOUMAKER, [ 9 ], ouvr. cit., pp. 144-148.

Tableau XVII.- EVOLUTION DE LA STRUCTURE COMMERCIALE DES UNITES SECONDAIRES

	Est		Nord		Nord-Ouest		Sud		Salzannes I		Salzannes II		La Plante		St Nicolas		TOTAL		
	67	77	67	77	67	77	67	77	67	77	67	77	67	77	67	77	67	77	
Alimentation	v.a. %	23 31,1	10 18,5	22 30,6	11 19,3	14 21,6	9 15,8	13 16,7	4 11,2	22 32,8	14 23,3	8 38,0	5 27,8	6 50,0	4 36,3	5 35,7	8 34,8	113 28,1	65 20,6
Equipment personne	v.a. %	6 8,1	4 7,4	3 4,2	2 3,5	10 15,4	7 12,3	5 6,4	3 8,3	5 7,5	7 11,7	1 4,8	1 5,5	-	-	-	-	30 7,4	24 7,6
Equipment mai- son-profession	v.a. %	10 13,5	12 22,2	12 16,6	11 19,3	8 12,3	7 12,3	5 6,4	4 11,2	9 13,4	9 15,0	3 14,3	2 11,1	2 16,8	2 18,2	2 14,3	1 4,3	51 12,7	48 15,2
Loisirs-sports- culture	v.a. %	2 2,7	3 5,6	3 4,2	4 7,0	9 13,8	4 7,0	7 8,9	3 8,3	4 6,0	3 5,0	1 4,8	1 5,5	1 8,3	1 9,1	-	-	27 6,7	19 6,0
Entretien personne	v.a. %	2 2,7	1 1,8	3 4,2	3 5,3	1 1,5	1 1,7	1 1,3	-	3 4,5	4 6,7	1 4,8	1 5,5	1 8,3	1 9,1	1 7,1	2 8,7	13 3,2	13 4,1
Matériel transport	v.a. %	1 1,3	2 3,7	8 11,1	3 5,3	7 10,8	9 15,8	5 6,4	3 8,3	2 3,0	2 3,3	1 4,8	1 5,5	1 8,3	2 18,2	-	2 8,7	25 6,2	24 7,6
Cafés-restaurants	v.a. %	21 28,4	15 27,8	12 16,6	15 26,3	8 12,3	11 19,3	35 44,9	16 44,4	4 6,0	8 13,3	2 9,5	4 22,3	-	-	4 28,6	6 26,1	86 21,3	75 23,7
Services	v.a. %	9 12,2	7 13,0	9 12,5	8 14,0	8 12,3	9 15,8	7 9,0	3 8,3	18 26,8	13 21,7	4 19,0	3 16,8	1 8,3	1 9,1	2 14,3	4 17,4	58 14,4	48 15,2
TOTAL	v.a. %	74 100,0	54 100,0	72 100,0	57 100,0	65 100,0	57 100,0	78 100,0	36 100,0	67 100,0	60 100,0	21 100,0	18 100,0	12 100,0	11 100,0	14 100,0	23 100,0	403 100,0	316 100,0

N.B. Magasins à rayons multiples non comptés.

Le Nord-Ouest présente, par contre, une structure beaucoup plus équilibrée. Comme nous avons eu l'occasion de le dire, cette annexe tend de plus en plus à s'intégrer au centre.

Le Sud est l'unité qui a perdu le plus de commerces depuis 1967. Malgré les nombreuses démolitions et fermetures, sa structure reste dominée par les cafés-restaurants.

Le centre principal de Salzinnes, véritable pôle secondaire, a perdu des commerces d'alimentation et de services, mais le nombre de ses cafés-restaurants a doublé.

Une même évolution peut être observée dans le centre secondaire de Salzinnes.

Exception faite de la diminution de l'alimentation, le petit pôle de La Plante a peu changé. Cette évolution l'oppose, sans conteste, à l'unité du faubourg Saint-Nicolas qui a gagné en dix ans 9 magasins. Les nouveaux commerces relevés à cet endroit (notamment alimentation, cafés-restaurants) profitent de la présence de la clinique Saint-Camille (en développement depuis 1967) ou de l'accès tout proche de l'autoroute des Ardennes.

## B. DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION

Afin de mieux percevoir encore l'évolution, nous avons dressé le tableau XVIII reprenant le nombre de commerces disparus, nouveaux et inchangés par sous-ensemble des différentes unités<sup>48</sup>.

---

48. Ces sous-ensembles correspondent aux différentes parties de chaque unité, exception faite pour le centre secondaire de Salzinnes, La Plante et Saint-Nicolas où aucune subdivision n'est possible en raison du petit nombre de magasins. Pour les commerces isolés, les limites retenues sont les suivantes : pour le centre, la Meuse, la Sambre, le parc Louise-Marie, la gare et le boulevard Cauchy; pour le Nord, la Sambre, l'avenue de Stassart, la gare et le boulevard d'Herbatte; le Sud correspond au faubourg de La Plante et Salzinnes à celui de Salzinnes; l'Est est la partie s'étendant à l'Est de la rue de Balart.



Tableau XVIII.- DYNAMIQUE REELLE DE L'EVOLUTION DES UNITES SECONDAIRES  
ET DES COMMERCE ISOLÉS

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde	Banques Assur.
		réels	ch.	afb. T		réels	ch.	afb. T			
40. Brabant+ler Lanciers	12	3	4	7	5	-	3	5	8	-4	1
41. St Nicolas	49	18	6	24	25	2	6	8	33	-16	-
42. Lombard+Cour- tenay	13	4	2	6	7	6	2	8	15	+2	-
EST	74	25	12	37	37	8	11	19	56	-18	1
43. Merckem+13e Li- gne+Marie-Henr	18	2	3	5	13	2	3	5	18	0	-
44. Nord+Herbatte+ Louvain	54	17	4	21	33	2	4	6	39	-15	1
NORD	72	19	7	26	46	4	7	11	57	-15	1
45. Combattants	25	2	11	13	12	-	10	10	22	-3	1
46. Hastodon+Water- loo+Vicinal+ Merckem	40	11	14	25	15	6	14	20	35	-5	2
NORD-OUEST	65	13	25	38	27	6	24	30	57	-8	3
47. Partie démolie	26	26	-	26	-	-	-	-	-	-26	-
48. Notre-Dame+ Huart	52	18	7	25	27	3	6	9	36	-16	-
SUD	78	44	7	51	27	3	6	9	36	-42	-
49. Patenier	41	8	13	21	20	7	13	20	40	-1	2
50. Reste	26	6	6	12	14	1	6	7	21	-5	-
SALZINNES I	67	14	19	33	34	8	19	27	61	-6	2
51. Salzinnes II	21	4	3	7	14	1	3	4	18	-3	-
52. La Plante	12	3	-	3	9	2	-	2	11	-1	-
53. St Nicolas	16	1	2	3	13	8	2	10	23	+7	-
54. Centre	59	24	9	33	26	7	9	16	42	-17	3
55. Sud	24	5	3	8	16	7	3	10	26	+2	-
56. Nord	31	15	2	17	14	10	2	12	26	-5	-
57. Salzinnes	65	22	5	27	38	13	5	18	56	-9	-
58. Est	9	3	2	5	4	3	2	5	9	0	-
59. Citadelle	11	2	-	2	9	2	-	2	11	0	-
ISOLÉS	199	71	21	92	107	42	21	63	170	-29	3

En général, le solde de l'évolution est négatif ou nul, sauf rues du Lombard et Courtenay, faubourg Saint-Nicolas et parmi les isolés du Sud.

Le nombre de commerces réellement disparus est à plusieurs reprises élevé : 26 dans la partie démolie de l'unité Sud, 22 parmi les isolés de la partie centrale, 22 parmi les isolés de Salzennes, 18 rue Notre-Dame et boulevard Huart, 18 rue Saint-Nicolas, 17 boulevard du Nord, boulevard d'Herbatte et chaussée de Louvain, 15 parmi les isolés du Nord, etc. Par contre, les commerces réellement nouveaux sont rarement très nombreux, sauf parmi les isolés de Salzennes (+10) et les isolés du Nord (+10). Rien d'étonnant dès lors que l'évolution soit rarement favorable, exception faite de Saint-Nicolas.

Remarquons encore que les changements d'affectation se rencontrent principalement dans les sous-ensembles les plus dynamiques : les deux parties de l'unité Nord-Ouest et rue Patenier, à Salzennes.

### C. NIVEAU QUALITATIF

La cote moyenne de standing a partout augmenté (tableau XIX), sauf dans les deux sous-ensembles du Nord, les autres rues du centre principal de Salzennes, le centre secondaire de Salzennes, La Plante et les commerces isolés de la Citadelle.

Pour quatre de ces sous-ensembles (boulevards du Nord et d'Herbatte, chaussée de Louvain, autres rues de Salzennes I, Salzennes II et Citadelle), une évolution semblable peut être observée au niveau du modernisme. De plus, le modernisme n'a pas également augmenté parmi les commerces isolés de Salzennes.

Par contre, la cote moyenne de rayonnement probable a crû partout.

D'un point de vue qualitatif, l'évolution n'est donc guère favorable au Nord, dans la presque totalité de Salzennes, à la Citadelle et à La Plante.

Tableau XIX.- EVOLUTION QUALITATIVE DES COMMERCE DES UNITES SECONDAIRES ET DES COMMERCE ISOLES

	Standing		Modernisme		Rayonnement probable		Assortiment	
	67	77	67	77	67	77	67(a)	77
40. Brabant+1er Lanciers	2,75	3,25	2,50	3,00	3,50	3,88	-	3,38
41. St-Nicolas	2,61	2,97	2,41	2,61	2,88	3,18	-	3,24
42. Lombard+Courtenay	2,38	2,73	2,15	2,67	2,69	3,07	-	3,20
EST	2,59	2,95	2,38	2,68	2,95	3,25	-	3,25
43. Merckem+13e Ligne+Marie-Henriette	2,83	2,72	2,33	2,50	3,56	3,94	-	3,61
44. Nord+Herbatte+Louvain	2,93	2,90	2,67	2,64	2,72	2,95	-	3,26
NORD	2,90	2,84	2,58	2,60	2,93	3,26	-	3,37
45. Combattants	3,04	3,18	2,68	3,00	4,24	4,45	-	3,68
46. Reste	2,88	3,03	2,55	2,88	3,07	3,74	-	3,63
NORD-OUEST	2,94	3,09	2,60	2,89	3,52	4,02	-	3,65
47. Partie démolie	2,60	-	2,36	-	3,00	-	-	-
48. Notre-Dame+Huart	2,56	3,02	2,28	2,49	3,28	3,83	-	3,63
SUD	2,57	3,02	2,31	2,49	3,19	3,83	-	3,63
49. Patenier	3,39	3,47	3,27	3,38	3,76	4,00	-	3,47
50. Reste	3,08	2,90	2,72	2,70	2,80	3,35	-	3,10
SALZINNES I	3,28	3,28	3,08	3,15	3,40	3,78	-	3,35
51. Salzennes II	3,48	3,22	3,38	2,94	2,67	2,94	-	3,50
52. La Plante	3,67	3,18	3,08	3,09	3,75	4,18	-	3,36
53. Saint-Nicolas	2,81	2,96	2,38	2,87	2,75	3,43	-	3,17
54. Centre	2,90	3,10	2,38	2,62	3,24	3,67	-	3,60
55. Sud	2,88	3,00	2,46	2,81	3,13	3,62	-	3,46
56. Nord	2,84	3,00	2,65	2,96	2,26	3,12	-	3,27
57. Salzennes	3,17	3,27	3,08	3,07	2,55	2,71	-	3,41
58. Est	2,56	2,67	2,22	2,56	2,22	2,78	-	2,78
59. Citadelle	3,82	3,36	2,91	2,82	5,00	5,00	-	3,45
ISOLES	3,01	3,12	2,68	2,86	2,90	3,30	-	3,41

(a) Relevé non effectué en 1967.

Par ailleurs, aucun sous-ensemble n'atteint en 1977 la cote moyenne d'assortiment de 3,70, résultat obtenu pour l'ensemble du territoire de Namur alors que la cote moyenne de standing (3,46) et de modernisme (3,18) est dépassée rue Patenier et que la cote moyenne de rayonnement probable (4,20) est dépassée avenue des Combattants et à la Citadelle.

#### IV - CONCLUSIONS

De 1967 à 1977, la ville de Namur a perdu 90 points de vente. En réalité, le processus réel de l'évolution traduit la fermeture de 634 unités du relevé de 1967 et l'ouverture de 544 commerces nouveaux; seuls 828 magasins n'ont donc pas changé de nature et/ou de localisation entre les deux dates.

L'évolution est favorable pour le centre commerçant qui a gagné 25 commerces; partout ailleurs, on assiste à une régression du nombre de points de vente, exception faite du faubourg Saint-Nicolas. En général, la diminution est surtout sensible dans les unités secondaires et moins nette parmi les commerces isolés.

Au niveau de la structure par branche, le phénomène le plus important est le recul très net de l'alimentation (-118 unités). Il s'agit toutefois d'un processus classique. Si les changements par grande catégorie commerciale sont au total très réduits, il n'en est pas de même au niveau des différentes rubriques qui accusent parfois des pertes importantes comme les cafés ou, au contraire, des gains très nets comme la confection pour dames, les restaurants ou les agences hippiques. A travers cette évolution très fine, on perçoit très bien la rationalisation de certains secteurs, la tendance au déplacement à la périphérie ou la fermeture d'unités ne répondant plus aux besoins actuels ou encore le développement de points de vente répondant aux exigences nouvelles de la clientèle.

L'étude des aspects qualitatifs des commerces (notamment standing, modernisme et rayonnement probable) montre une évolution essentiellement liée aux disparitions et aux créations. En effet, par l'élimination de nombreux commerces jugés peu satisfaisants et par la création de points de vente de meilleure qualité, le niveau moyen du commerce namurois s'est accru. Toutefois, on peut regretter un dynamisme insuffisant - en particulier sous l'angle du modernisme - des commerces qui n'ont pas changé de nature depuis 1967.

Grâce à des relevés précis sur le terrain, il a été encore possible d'estimer les surfaces de vente et les longueurs des linéaires commerçants. Au total, la longueur de ces linéaires est de 9.206 m alors que la surface de vente atteint 78.886 m<sup>2</sup> dont près de 58.000 m<sup>2</sup> pour les commerces spécialisés. De telles données ont permis de nombreux calculs précisant davantage les multiples facettes de la réalité commerciale namuroise.

Concentrant 64,4 % des commerces en 1977 et 71,2 % des surfaces commerciales de Namur, le centre commerçant a été l'objet de nombreuses investigations. Nous avons notamment tenté de mesurer la centralité des magasins selon leur nature et de percevoir l'organisation interne du centre à l'aide des résultats par rue ou tronçon de rues. Malgré la création de deux nouvelles galeries dans la partie sud de la ville (Galerie de l'Ange et Galerie-Jardin d'Harscamp), toutes les évolutions traduisent un dynamisme plus grand de la partie nord qui a profité de l'ouverture du nouveau complexe au square Léopold. Bien que subissant comme partout la concurrence des supermarchés et hypermarchés périphériques (près de 25.000 m<sup>2</sup> de surface de vente dans la région namuroise) et de pôles secondaires (comme celui de Jambes), le centre commerçant namurois semble cependant défendre sa position de pôle régional. Toutefois, pour maintenir ce rôle à l'avenir, il devrait encore augmenter son attractivité en accroissant son modernisme, en développant des assortiments plus variés et en multipliant les axes piétonniers tout en veillant aux possibilités de parking. A ce propos, il convient de rappeler que Namur ne possède encore que deux petites rues piétonnières (rue de la Monnaie et rue du Beffroi) alors que plusieurs rues ou places du "Vieux Namur" se prêteraient très bien à de telles réalisations<sup>49</sup>.

---

49. Voir à ce sujet JEUNE CHAMBRE ECONOMIQUE DE NAMUR [ 7 ].

B I B L I O G R A P H I E

- [ 1 ] BEAUJEU-GARNIER J. et DELOREZ A., Géographie du commerce, Masson, Paris, 1977.
- [ 2 ] COMMISSION FRANCAISE DE GEOGRAPHIE COMMERCIALE, Vocabulaire de la géographie du commerce, dans Analyse de l'Espace, 1976, n° 3-4, pp. 1-53.
- [ 3 ] DOUETTE A. et VAN DE SYPE A., Réseaux urbains et commerciaux en Belgique. Essai de structuration, Information spécialisée du Comité belge de la Distribution, 1975, n° 3.
- [ 4 ] FEDIS (FEDERATION BELGE DES ENTREPRISES DE DISTRIBUTION), Rapport annuel 1977, Bruxelles, 1978.
- [ 5 ] I.N.S. (INSTITUT NATIONAL DE STATISTIQUE), Recensements de l'industrie et du commerce au 31 décembre 1947, 1961 et 1970.
- [ 6 ] INSPECTION GENERALE ECONOMIQUE , Entreprises en activité occupant cinq personnes et plus - Arrondissement de Namur, Bruxelles, 1974-1975.
- [ 7 ] JEUNE CHAMBRE ECONOMIQUE DE NAMUR, Pour un projet de rues piétonnes à Namur, Namur, 1978 (reproduit dans le numéro 63 du Courrier de Namur 1980).
- [ 8 ] MARECHAL L., Comment évolue le commerce namurois ?, dans Courrier de Namur 1980, n° 19, 1970.
- [ 9 ] MERENNE-SCHOUMAKER B., Le commerce de détail à Namur. Structure, localisation et rayonnement, dans Namur 1980, Rapport d'activité 1968-1969, pp. 107-170.
- [ 10 ] MERENNE-SCHOUMAKER B., Evolution de la distribution périphérique en Europe depuis 1960, dans Bulletin de la Société belge d'Etudes géographiques, T. XLVI; 1978, pp. 117-137.
- [ 11 ] MICHEL M. et VANDER EYCKEN H., La distribution en Belgique, Duculot, Gembloux, 1974.
- [ 12 ] RECENSEMENT! NIELSEN, La distribution en Belgique, 1977.
- [ 13 ] SOUMAGNE L. et SOUMAGNE-PAPY C., Le commerce de détail de l'agglomération de La Rochelle, dans Norois, n° 93-94, 1977, pp. 53-99.

- [ 14 ] SPORCK J.A., Etude de la localisation du commerce de détail (Aspects méthodologiques), dans Bulletin de la Société belge d'Etudes géographiques, T. XXXIII, 1964, pp. 53-106.
- [ 15 ] SPORCK J.A., Le commerce de détail à Verviers. Evolution 1963-1977, dans Etude socio-économique de Verviers, 1978, pp. 126-139.
- [ 16 ] SPORCK J.A., MALEVEZ N. et SPORCK-PELLETIER S., Le commerce de détail à Liège-ville. Evolution quantitative et qualitative 1964-1973, dans Bulletin de la Société géographique de Liège, n° 11, 1975, pp. 5-88.
- [ 17 ] SPORCK J.A., SPORCK-PELLETIER S. et PIAVAUX C.M., Une activité en mutation. Le commerce de détail. Son évolution quantitative et qualitative dans les cantons de Chênée et de Fléron (1964-1971), Institut provincial des Classes moyennes, Liège, 1973.
- [ 18 ] VAUDOUR N., L'organisation de l'espace commercial aixois, dans Méditerranée, 1977, n° 4, pp. 3-18.
- [ 19 ] WERTZ D., Evolution quantitative et qualitative du commerce de détail à Verviers (1963-1977), Mémoire de Licence en Sciences géographiques, Université de Liège, Liège, 1978 (inédit).



ANNEXE I - Répartition du nombre de commerces par catégorie, sous-catégorie et rubrique et par grand quartier en 1967 et 1977

Catégories, sous-catégories et rubriques	1 9 6 7				1 9 7 7			
	C.	U.S.	I	T	C.	U.S.	I	T
Alimentations générales	28	52	46	126	12	26	25	63
Épiceries	9	12	20	41	1	1	9	11
Crêmeries	6	-	-	6	6	2	-	8
Fruits-légumes-primeurs	3	-	-	3	5	1	-	6
"Alimentation générale"	46	64	66	176	24	30	34	88
Boucheries-charcuteries	24	22	12	58	20	10	8	38
Poissonneries	4	1	-	5	2	1	-	3
Traiteurs	2	1	-	3	2	-	-	2
Charcuteries	7	-	-	7	6	-	-	6
"Viandes-poissons"	37	24	12	73	30	11	8	49
Boulangeries-pâtisseries sans SC	5	13	8	26	7	11	6	24
Boulangeries-pâtisseries avec SC	13	6	-	19	12	7	1	20
Confiseries	11	2	-	13	10	1	-	11
"Pain-sucrieries"	29	21	8	58	29	19	7	55
Liqueurs-vins	4	3	1	8	4	3	-	7
Cafés-thés-biscuits	7	1	1	9	3	1	-	4
Diététique	1	-	-	1	3	1	-	4
Spécialités étrangères	1	-	-	1	1	-	-	1
"Divers"	13	4	2	19	11	5	-	16
ALIMENTATION	125	113	88	326	94	65	49	208
Confection pour hommes	7	-	-	7	8	-	-	8
Confection pour dames	26	1	1	28	57	2	-	59
Confection pour enfants	9	2	1	12	10	-	-	10
Confection générale	-	-	1	1	1	-	1	2
Articles futures mamans	2	-	-	2	4	-	-	4
Vêtements daim-cuir	-	-	-	-	3	-	-	3
Vêtements sport	5	-	-	5	6	-	-	6
Jeans et pantalons	-	-	-	-	6	-	-	6
Vêtements de travail	1	-	-	1	1	-	-	1
Tailleurs	5	5	4	14	2	2	-	4
Couturières	6	3	1	10	3	2	-	5
Fourreurs	5	1	-	6	3	-	-	3
"Vêtements"	66	12	8	86	104	6	1	111

	1 9 6 7				1 9 7 7			
	C.	U.S.	I	T	C.	U.S.	I	T
Laines	6	-	-	6	7	2	-	9
Tissus	5	-	-	5	3	-	-	3
Merceries	8	1	-	9	6	-	-	6
"Articles textiles"	19	1	-	20	16	2	-	18
Chemiseries	9	1	-	10	14	1	-	15
Ponneteries	22	8	-	30	19	8	-	27
Gaines	5	1	-	6	1	-	-	1
Bas	1	-	-	1	-	-	-	-
Lingeries	8	-	-	8	7	1	-	8
"Linge personnel"	45	10	-	55	41	10	-	51
"Chaussures"	24	2	-	26	24	2	-	26
Maroquineries	7	1	-	8	11	-	-	11
Parapluies	3	-	-	3	1	-	-	1
Chapelleries	11	-	-	11	5	-	-	5
Ganteries	2	-	-	2	1	-	-	1
Colifichets	1	-	-	1	-	-	-	-
Bijouteries	24	4	1	29	22	4	-	26
Bijouteries fantaisies	2	-	-	2	4	-	1	5
"Accessoires"	50	5	1	56	44	4	1	49
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	204	30	9	243	229	24	2	255
Matériaux de construction- carrelages	1	-	1	2	2	2	2	6
Tapis-linoleum-balatum	7	-	-	7	3	2	-	5
Papiers peints-couleurs	9	2	3	14	9	5	2	16
"Matériaux"	17	2	4	23	14	9	4	27
Meubles	18	10	3	31	14	8	3	25
Meubles de cuisine	2	-	-	2	6	1	3	10
Meubles de bureau	-	1	-	1	-	2	-	2
Meubles de jardin	-	1	-	1	1	-	-	1
Meubles d'enfants	2	-	1	3	2	-	1	3
Linge de maison	2	-	-	2	3	-	-	3
Textiles d'ameublement-literies	6	1	1	8	8	1	-	9
Equipements sanitaires	5	2	2	9	2	-	1	3
Appareils de chauffage	11	4	2	17	6	1	-	7
Antiquités-brocanteurs	6	1	1	8	10	1	2	13
Salles de vente	5	-	1	6	4	-	-	4
Volets-jalousies-cheminées	-	2	-	2	1	2	-	3
Ensembleurs-décorateurs	2	-	-	2	3	-	1	4
"Ameublement"	59	22	11	92	60	16	11	87

	1967				1977			
	C.	U.S.	I	T	C.	U.S.	I	T
Appareils électro-ménagers	12	5	4	21	15	1	4	20
Electricité générale	5	1	-	6	3	1	-	4
"Electricité"	17	6	4	27	18	2	4	24
Outillage général	-	1	-	1	1	1	-	2
Quincailleries-serrureries	2	-	-	2	2	-	-	2
Drogueries	6	7	1	14	4	5	1	10
Miroiteries	-	2	-	2	-	1	-	1
Cordages-boisselleries	1	1	-	2	2	1	-	3
Machines de bureau	5	1	1	7	4	1	1	6
Machines à coudre	6	1	-	7	5	-	-	5
Fournitures de magasins	2	-	1	3	2	-	1	3
Articles de jardinage	4	-	-	4	4	1	1	6
Articles de ménage	1	1	1	3	1	1	1	3
Articles en plastique	4	-	-	4	1	-	-	1
"Outillage-ustensiles"	31	14	4	49	26	11	5	42
Articles de luxe	6	1	-	7	9	2	-	11
Orfèvreries-horlogeries	2	1	-	3	3	1	-	4
Cadres	3	1	-	4	5	1	-	6
Galerias d'art	-	-	-	-	1	-	-	1
Souvenirs-cadeaux	11	-	-	11	12	1	1	14
Articles religieux	2	-	-	2	1	-	-	1
Vannerie	-	-	-	-	3	-	-	3
Fleuristes	6	4	1	11	7	5	1	13
"Décoration"	30	7	1	38	41	10	2	53
EQUIPEMENT DE LA MAISON ET DE LA PROFESSION	154	51	24	229	159	48	26	233
Articles de sports	6	-	-	6	9	-	-	9
Articles pour pêche et chasse	3	2	-	5	3	1	-	4
Armes	2	-	-	2	3	-	-	3
Selleries	1	1	-	2	1	-	-	1
"Sports"	12	3	-	15	16	1	-	17
Tabac	10	4	-	14	7	1	-	8
Librairies	8	1	-	9	9	1	-	10
Journaux	6	4	-	10	6	3	-	9
Papeteries-carteries	14	3	-	17	12	3	-	15
Stylos	2	-	-	2	2	-	-	2
Jouets	3	1	-	4	7	1	1	9
Philatélie	1	-	-	1	1	-	-	1
Musique	3	-	1	4	2	-	1	3

	1967				1977			
	C.	U.S.	I	T	C.	U.S.	I	T
Radio-télévision	8	6	-	14	10	2	1	13
Chaînes haute fidélité	-	-	-	-	5	1	-	6
Disquaires	2	-	-	2	6	-	-	6
Farces-articles de carnaval	2	-	-	2	2	-	-	2
Photographie	7	-	-	7	6	-	-	6
Animaux	3	1	-	4	1	-	-	1
Bouquinistes	2	-	-	2	2	1	-	3
Journaux-livres-articles de papeterie-jouets-tabac	2	4	1	7	2	5	5	12
"Loisirs-culture"	73	24	2	99	80	18	8	106
EQUIPEMENT DE LOISIRS-SPORTS-CULTURE	85	27	2	114	96	19	8	123
Pharmacies	15	12	3	30	16	12	3	31
Bandagistes-vêtements médicaux-orthopédistes	2	-	2	4	2	-	2	4
Optique	8	-	-	8	9	-	-	9
Appareils acoustiques	1	-	-	1	2	-	-	2
"Santé"	26	12	5	43	29	12	5	46
Parfumeries	6	1	-	7	10	1	-	11
"Beauté"	6	1	-	7	10	1	-	11
ENTRETIEN DE LA PERSONNE	32	13	5	50	39	13	5	57
Motos-vélos	6	4	-	10	6	3	1	10
Pneus	-	2	-	2	-	1	-	1
Accessoires de voitures	6	7	4	17	4	3	3	10
Vente de voitures	8	5	4	17	3	5	4	12
Stations-services	-	7	8	15	-	11	9	20
Vente de caravanes	-	-	-	-	-	1	-	1
MATERIEL DE TRANSPORT	20	25	16	61	13	24	17	54
Cafés	88	73	33	194	85	51	27	163
Cafés-restaurants	12	5	4	21	24	10	5	39
Cafétérias-salons de thé	1	-	-	1	3	-	-	3
Restaurants	7	3	1	11	16	12	3	31
Friteries-snack-bars	12	5	2	19	11	2	1	14
Glaciers	1	-	-	1	1	-	-	1
CAFES - RESTAURANTS	121	86	40	247	140	75	36	251

	1 9 6 7				1 9 7 7			
	C.	U.S.	I	T	C.	U.S.	I	T
Laveries	2	-	-	2	3	-	1	4
Teintureries-blanchisseries	20	9	-	29	14	6	-	20
Stoppage de vêtements	1	-	-	1	1	-	-	1
Cordonniers	11	10	2	23	8	4	-	12
Pompes funèbres	2	3	-	5	2	3	-	5
Coiffeurs dames	37	21	8	66	30	13	15	58
Coiffeurs hommes	11	10	-	21	11	7	1	19
Coiffeurs enfants	-	-	-	-	1	-	-	1
Instituts de beauté	1	-	-	1	3	-	1	4
Pédicures	1	-	-	1	1	-	-	1
Location de vêtements	1	-	-	1	1	-	1	2
"Entretien de la personne"	87	53	10	150	75	33	19	127
Agences hippiques	-	-	-	-	6	10	4	20
Agences de voyages	8	1	-	9	8	1	-	9
Cinémas	5	1	-	6	5	1	-	6
Théâtres-autres spectacles	2	1	-	3	2	1	-	3
Dancings-clubs privés	4	2	1	7	5	-	-	5
"Loisirs"	19	5	1	25	26	13	4	43
Graveurs-photo-studios- photocopies	4	-	-	4	5	-	1	6
Auto-écoles	-	-	-	-	1	1	-	2
Agences de location de voitures	-	-	-	-	-	1	-	1
"Autres services"	4	-	-	4	6	2	1	9
SERVICES A CARACTERE COMMERCIAL	110	58	11	179	107	48	24	179
Bazars	-	2	2	4	-	-	-	-
Grands magasins et magasins populaires	5	-	1	6	2	-	-	2
"Vente traditionnelle"	5	2	3	10	2	-	-	2
Supermarchés	1	-	1	2	2	-	2	4
Supérettes	1	-	-	1	2	3	1	6
"Libre-service"	2	-	1	3	4	3	3	10
MAGASINS A RAYONS MULTIPLES	7	2	4	13	6	3	3	12
T O T A L	858	405	199	1462	883	319	170	1372

C = centre; U.S. = unités secondaires; I = commerces isolés; T = total.

## ANNEXE II - Dynamique réelle de l'évolution des commerces par catégorie, sous-catégorie et rubrique

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Alimentations générales	126	35	32	67	59	1	3	4	63	-63
Epiceries	41	21	12	33	8	-	3	3	11	-30
Crémeries	6	-	1	1	5	-	3	3	8	+ 2
Fruits-légumes- primeurs	3	1	1	2	1	2	3	5	6	+ 3
"Alimentation générale"	176	57	46	103	73	3	12	15	88	-88
Boucheries- charcuteries	58	16	10	26	32	2	4	6	38	-20
Poissonneries	5	1	1	2	3	-	-	-	3	- 2
Traiteurs	3	-	3	3	-	-	2	2	2	- 1
Charcuteries	7	-	2	2	5	1	-	1	6	- 1
"Viandes-pois- sons"	73	17	16	33	40	3	6	9	49	-24
Boulangeries-pâ- tisseries :										
sans SC	26	6	3	9	17	3	4	7	24	- 2
avec SC	19	-	4	4	15	1	4	5	20	+ 1
Confiseries	13	2	2	4	9	-	2	2	11	- 2
"Pain-sucreries"	58	8	9	17	41	4	10	14	55	- 3
Liqueurs-vins	8	2	1	3	5	-	2	2	7	- 1
Cafés-thés-bis- cuits	9	1	4	5	4	-	-	-	4	- 5
Diététique	1	-	-	-	1	-	3	3	4	+ 3
Spécialités étrangères	1	-	-	-	1	-	-	-	1	0
"Divers"	19	3	5	8	11	-	5	5	16	- 3
ALIMENTATION	326	85	76	161	165	10	33	43	208	-118
Confection homme	7	-	1	1	6	1	1	2	8	+ 1
Confection dame	28	3	10	13	15	11	33	44	59	+31
Confection enf.	12	3	2	5	7	-	3	3	10	- 2
Confection gén.	1	-	-	-	1	1	-	1	2	+ 1
Articles futures mamans	2	-	-	-	2	-	2	2	4	+ 2
Vêtements daim- cuir	-	-	-	-	-	-	3	3	3	+ 3
Vêtements sport	5	-	2	2	3	1	2	3	6	+ 1
Jeans et panta- lons	-	-	-	-	-	1	5	6	6	+ 6

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Vêtements de tra- vail	1	-	-	-	1	-	-	-	1	0
Tailleurs	14	8	2	10	4	-	-	-	4	-10
Couturières	10	4	2	6	4	1	-	1	5	- 5
Fourreurs	6	-	4	4	2	1	-	1	3	- 3
"Vêtements"	86	18	23	41	45	17	49	66	111	+25
Laines	6	-	4	4	2	2	5	7	9	+ 3
Tissus	5	-	2	2	3	-	-	-	3	- 2
Merceries	9	2	3	5	4	1	1	2	6	- 3
"Articles texti- les"	20	2	9	11	9	3	6	9	18	- 2
Chemiseries	10	-	3	3	7	2	6	8	15	+ 5
Bonneteries	30	5	6	11	19	1	7	8	27	- 3
Gaines	6	-	6	6	-	-	1	1	1	- 5
Bas	1	-	1	1	-	-	-	-	-	- 1
Lingeries	8	-	6	6	2	-	6	6	8	0
"Linge personnel"	55	5	22	27	28	3	20	23	51	- 4
"Chaussures"	26	4	7	11	15	4	7	11	26	0
Maroquineries	8	-	2	2	6	1	4	5	11	+ 3
Parapluies	3	-	3	3	-	-	1	1	1	- 2
Chapelleries	11	-	7	7	4	-	1	1	5	- 6
Ganteries	2	-	1	1	1	-	-	-	1	- 1
Colifichets	1	-	1	1	-	-	-	-	-	- 1
Bijouteries	29	3	7	10	19	2	5	7	26	- 3
Bijouteries fan- taisies	2	1	1	2	-	1	4	5	5	+ 3
"Accessoires"	56	4	22	26	30	4	15	19	49	- 7
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	243	33	83	116	127	31	97	128	255	+12
Mat.de construc- tion-carrelages	2	-	1	1	1	2	3	5	6	+ 4
Tapis-linoleum- balatum	7	1	4	5	2	1	2	3	5	- 2
Papiers peints- couleurs	14	3	4	7	7	1	8	9	16	+ 2
"Matériaux"	23	4	9	13	10	4	13	17	27	+ 4
Meubles	31	1	14	15	16	5	4	9	25	- 6
Meubles de cuisine	2	1	-	1	1	4	5	9	10	+ 8
Meubles de bureau	1	-	-	-	1	-	1	1	2	+ 1

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Meubles de jardin	1	-	1	1	-	1	-	1	1	0
Meubles d'en- fants	3	-	1	1	2	1	-	1	3	0
Linge maison	2	-	-	-	2	-	1	1	3	+ 1
Textiles d'ameu- blement-literies	8	2	3	5	3	2	4	6	9	+ 1
Equipements sa- nitaires	9	5	1	6	3	-	-	-	3	- 6
Appareils de chauffage	17	4	7	11	6	-	1	1	7	-10
Antiquités-bro- canteurs	8	2	1	3	5	2	6	8	13	+ 5
Salles de vente	6	1	1	2	4	-	-	-	4	- 2
Volets-jalousies- cheminées	2	1	-	1	1	-	2	2	3	+ 1
Ensembleurs-dé- corateurs	2	1	-	1	1	2	1	3	4	+ 2
"Ameublement"	92	18	29	47	45	17	25	42	87	- 5
Appareils élec- tro-ménagers	21	4	9	13	8	5	7	12	20	- 1
Electricité générale	6	3	2	5	1	1	2	3	4	- 2
"Electricité"	27	7	11	18	9	6	9	15	24	- 3
Outillage général	1	-	-	-	1	-	1	1	2	+ 1
Quincailleries- serrureries	2	-	-	-	2	-	-	-	2	0
Drogueries	14	3	3	6	8	-	2	2	10	- 4
Miroiteries	2	-	1	1	1	-	-	-	1	- 1
Cordages-bois- selleries	2	-	-	-	2	-	1	1	3	+ 1
Machines de bureau	7	1	2	3	4	-	2	2	6	- 1
Machines à coudre	7	1	2	3	4	1	-	1	5	- 2
Fournitures de magasins	3	-	-	-	3	-	-	-	3	0
Articles de jardinage	4	-	-	-	4	1	1	2	6	+ 2
Articles de ménage	3	-	1	1	2	-	1	1	3	- 3
Articles en plastique	4	1	2	3	1	-	-	-	1	0
"Outillage-usten- siles"	49	6	11	17	32	2	8	10	42	- 7



	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Articles de luxe	7	-	-	-	7	1	3	4	11	+ 4
Orfèvreries- horlogeries	3	1	-	1	2	1	1	2	4	+ 1
Cadres	4	-	-	-	4	1	1	2	6	+ 2
Galeries d'art	-	-	-	-	-	1	-	1	1	+ 1
Souvenirs-car- deaux	11	1	7	8	3	3	8	11	14	+ 3
Articles religieux	2	-	1	1	1	-	-	-	1	- 1
Vannerie	-	-	-	-	-	1	2	3	3	+ 3
Fleuristes	11	1	2	3	8	1	4	5	13	+ 2
"Décoration"	38	3	10	13	25	9	19	28	53	+15
EQUIPEMENT DE LA MAISON ET DE LA PROFESSION	229	38	70	108	121	38	74	112	233	+ 4
Articles de sports	6	-	-	-	6	2	1	3	9	+ 3
Articles pour pêche et chasse	5	1	-	1	4	-	-	-	4	- 1
Armes	2	-	1	1	1	-	2	2	3	+ 1
Selleries	2	1	-	1	1	-	-	-	1	- 1
"Sports"	15	2	1	3	12	2	3	5	17	+ 2
Tabac	14	2	7	9	5	-	3	3	8	- 6
Librairies	9	1	2	3	6	-	4	4	10	+ 1
Journaux	10	1	2	3	7	2	-	2	9	- 1
Papeteries-car- teries	17	1	5	6	11	1	3	4	15	- 2
Stylos	2	-	-	-	2	-	-	-	2	0
Jouets	4	-	2	2	2	3	4	7	9	+ 5
Philatélie	1	-	1	1	-	-	1	1	1	0
Musique	4	-	2	2	2	-	1	1	3	- 1
Radio-télévision	14	2	4	6	8	3	2	5	13	- 1
Chaînes haute fidélité	-	-	-	-	-	3	3	6	6	+ 6
Disquaires	2	-	-	-	2	2	2	4	6	+ 4
Farces-articles de carnaval	2	1	-	1	1	-	1	1	2	0
Photographie	7	1	-	1	6	-	-	-	6	- 1
Animaux	4	1	3	4	-	-	1	1	1	- 3
Bouquinistes	2	1	1	2	-	-	3	3	3	+ 1
Journaux-livres- art.de papeterie- jouets-tabac	7	-	-	-	7	3	2	5	12	+ 5
"Loisirs-culture"	99	11	29	40	59	17	30	47	106	+ 7
EQUIPEMENT DE LOISIRS-SPORTS- CULTURE	114	13	30	43	71	19	33	52	123	+ 9

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Pharmacies	30	1	3	4	26	3	2	5	31	+ 1
Bandagistes- vét.médicaux- orthopédistes	4	1	-	1	3	1	-	1	4	0
Optique	8	-	2	2	6	1	2	3	9	+ 1
Appareils acoustiques	1	-	-	-	1	-	1	1	2	+ 1
"Santé"	43	2	5	7	36	5	5	10	46	+ 3
Parfumeries	7	1	2	3	4	2	5	7	11	+ 4
"Beauté"	7	1	2	3	4	2	5	7	11	+ 4
ENTRETIEN DE LA PERSONNE	50	3	7	10	40	7	10	17	57	+ 7
Motos-vélos	10	1	1	2	8	2	-	2	10	0
Pneus	2	1	-	1	1	-	-	-	1	- 1
Accessoires de voitures	17	6	4	10	7	3	-	3	10	- 7
Vente de voi- tures	17	4	5	9	8	3	1	4	12	- 5
Stations-ser- vices	15	1	1	2	13	6	1	7	20	+ 5
Vente de ca- ravanés	-	-	-	-	-	-	1	1	1	+ 1
MATERIEL DE TRANSPORT	61	13	11	24	37	14	3	17	54	- 7
Cafés	194	39	25	64	130	10	23	33	163	-31
Cafés-restau- rants	21	2	1	3	18	6	15	21	39	+18
Cafétérias-sa- lons de thé	1	-	1	1	-	2	1	3	3	+ 2
Restaurants	11	2	-	2	9	5	17	22	31	+20
Friteries- snack-bars	19	5	4	9	10	2	2	4	14	- 5
Glaciers	1	-	-	-	1	-	-	-	1	0
CAFES-RESTAU- RANTS	247	48	31	79	168	25	58	83	251	+ 4
Laveries	2	-	1	1	1	1	2	3	4	+ 2
Teintureries- blanchisseries	29	4	11	15	14	1	5	6	20	- 9
Stoppage de vêtements	1	-	-	-	1	-	-	-	1	0
Cordonniers	23	8	5	13	10	1	1	2	12	-11
Pompes funèbres	5	-	1	1	4	1	-	1	5	0
Coiffeurs dames	66	19	13	32	34	16	8	24	58	- 8
Coiffeurs hom- mes	21	5	3	8	13	4	2	6	19	- 2

	Nb comm. 1967	Disparus			In- chan- gés	Nouveaux			Nb comm. 1977	Solde
		réels	ch.aff.	T		réels	ch.aff.	T		
Coiffeurs enfants	-	-	-	-	-	1	-	1	1	+ 1
Instituts de beauté	1	-	-	-	1	1	2	3	4	+ 3
Pédicures	1	-	1	1	-	-	1	1	1	0
Location de vêtements	1	-	1	1	-	1	1	2	2	+ 1
"Entretien de la personne"	150	36	36	72	78	27	22	49	127	-23
Agences hippis- ques	-	-	-	-	-	10	10	20	20	+20
Agences de voyages	9	2	5	7	2	3	4	7	9	0
Cinémas	6	-	-	-	6	-	-	-	6	0
Théâtres-autres spectacles	3	-	-	-	3	-	-	-	3	0
Dancings-clubs privés	7	3	2	5	2	1	2	3	5	- 2
"Loisirs"	25	5	7	12	13	14	16	30	43	+18
Graveurs-photo- studios-photo- copies	4	1	-	1	3	1	2	3	6	+ 2
Auto-écoles	-	-	-	-	-	1	1	2	2	+ 2
Agences de loca- tion de voitures	-	-	-	-	-	-	1	1	1	+ 1
"Autres services"	4	1	-	1	3	2	4	6	9	+ 5
SERVICES A CARAC- TERE COMMERCIAL	179	42	43	85	94	43	42	85	179	0
Bazars	4	1	3	4	-	-	-	-	-	- 4
Grands magasins et magasins po- pulaires	6	1	3	4	2	-	-	-	2	- 4
"Vente tradi- tionnelle"	10	2	6	8	2	-	-	-	2	- 8
Supermarchés	2	-	-	-	2	1	1	2	4	+ 2
Supérettes	1	-	-	-	1	3	2	5	6	+ 5
"Libre-service"	3	-	-	-	3	4	3	7	10	+ 7
MAGASINS A RAYONS MULTIPLES	13	2	6	8	5	4	3	7	12	- 1
T O T A L	1462	277	357	634	828	191	353	544	1372	-90

ANNEXE III - Comparaison entre les poids respectifs des différents grands quartiers par catégorie commerciale

	Centre			Unités secondaires			Commerces isolés			Total		
	Nb	Surfaces (m <sup>2</sup> )	Façades (m)	Nb	Surfaces (m <sup>2</sup> )	Façades (m)	Nb	Surfaces (m <sup>2</sup> )	Façades (m)	Nb	Surfaces (m <sup>2</sup> )	Façades (m)
	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %	v.a. %
Alimentation	94 46,2	2287 47,5	461,0 44,0	65 31,2	1596 33,1	305,5 29,2	49 23,6	933 19,4	281,0 26,6	208 100,0	4816 100,0	1047,5 100,0
Equipement personne	229 89,8	12050 95,4	1545,5 93,3	24 9,4	511 4,1	97,5 5,9	2 0,8	66 0,5	13,5 0,8	255 100,0	12627 100,0	1656,5 100,0
Equipement maison-profession	159 68,2	8595 59,6	1080,5 63,7	48 20,6	4261 29,6	425,0 26,1	26 11,2	1553 10,8	190,5 11,2	233 100,0	14409 100,0	1695,0 100,0
Loisirs-sports-culture	96 78,1	3779 86,4	649,5 79,6	19 16,4	414 9,4	100,5 12,3	8 6,3	230 5,2	66,0 8,1	123 100,0	4423 100,0	816,0 100,0
Entretien personne	39 68,4	1181 74,0	236,5 71,9	13 22,8	285 17,9	60,5 18,4	5 8,8	130 8,1	32,0 9,7	57 100,0	1596 100,0	329,0 100,0
Matériel transport	13 24,1	849 17,5	128,5 16,7	24 44,4	2422 49,9	384,5 50,0	17 31,5	1579 32,6	255,5 33,3	54 100,0	4850 100,0	768,5 100,0
Cafés-restaurants	140 55,8	7106 61,7	908,0 51,8	75 29,9	2443 21,2	474,5 27,1	36 14,3	1970 17,1	369,0 21,1	251 100,0	11519 100,0	1751,5 100,0
Services	107 59,8	2471 66,0	454,0 60,3	48 26,8	827 22,1	194,5 25,9	24 13,4	448 11,9	104,0 13,8	179 100,0	3746 100,0	752,5 100,0
T O T A L	877 64,5	38318 66,1	5463,5 62,0	316 23,2	12759 22,0	2042,5 23,2	167 12,3	6909 11,9	1311,5 14,8	1360 100,0	57986 100,0	8817,5 100,0

v.a. = valeur absolue; % = en pourcentage du total de chaque catégorie.

N.B. Magasins à rayons multiples non comptés.

ANNEXE JV - Evolution de la structure commerciale par rue de 1967 à 1977 (soldes par catégorie)

	Alimenta- tion	Equipement personne	Equipement maison-pro- fession	Loisirs- sports- culture	Entretien personne	Matériel transport	Cafés-res- taurants	Services	Magasins à rayons multiples	Total
1. Ange	-3	+4	-3	0	0	-	+1	-1	-1	-3
2. Galeries	+1	+17	+4	+3	+2	-1	0	-1	-1	+24
3. Armes+St Remy+Pavière +Beffroi	-1	0	-2	0	0	-1	0	+1	0	-3
4. Bas de la Place	-3	-1	+1	0	0	-	+3	+3	+1	+4
5. Billiard	-	0	+1	+1	-	-	-1	-2	-1	-2
6. Borgnet	-1	0	-3	+1	-1	-	+2	-1	-	-3
7. Brasseurs (+pl.Servais) +Bailly	-1	0	0	-2	-	0	+1	+1	-	-1
8. Bruxelles (+Godefroid)	-2	-1	-1	0	0	-	0	+2	-	-2
9. Bruxelles(+au-delà)	-1	-2	-1	-2	0	-1	0	+1	-	-6
10. Carnes	0	+3	0	0	0	-	0	-1	-	+2
11. Collège(+Fumal)+St Loup	0	-3	+1	0	-	-	0	+1	-	-1
12. Croisiers	-3	+1	-3	+2	0	-1	+1	-1	0	-4
13. Croix	+1	-3	-1	+2	-	-	+1	0	-	0
14. Cuvelier+Tour+Théâtre	-3	-3	+1	0	0	0	+1	-1	-	-5
15. Dames Blanches+Mon- orabeau	-	+1	+2	-1	-	-2	+1	+1	-	+2
16. Fer	-6	+5	-1	+1	+2	0	0	-2	-	-1
17. Fossés Fleuris	-1	-	+6	-2	-	-	-1	-	-	0
18. Fripiers+Echasseurs+ Halle	0	-2	-1	+1	+1	-	0	0	+1	0
19. Gare(avenue de la)	-	0	-	0	+1	-	0	-1	0	0
20. Gare(passage de la)	0	0	-	-	-	-	-	-1	0	-1
21. Gare(place de la)+Ursu- lines	-1	-	+1	0	-	+1	0	+2	-	+3
22. Godefroid	+3	+4	-1	+1	+1	-1	+3	-3	-	+7
23. Golenvaux	-	0	+1	-1	-	0	0	-2	-	-2
24. Gravière+Borlée	-1	0	+2	-1	-	-	0	-1	-	-1
25. Haute Marcelle	-2	+2	+1	+2	0	-	-	0	-	+3
26. Inquiétude	-1	+1	0	+1	-	0	0	-	-	+1
27. Léopold(square)	-	+7	-	+2	+2	-	+2	+2	-	+15
28. Marché+Marché au Chan- vres+Marché aux Légumes	0	-4	0	-	0	-	+1	0	-	-3
29. Marcholette+Monnie	0	0	+1	-1	-	-	+2	+1	-	+3
30. Mélot+Omalius	-	0	+1	0	0	0	-1	+2	-	+2
31. Ouvrage	0	-2	+2	-1	0	-	-	-1	-	-2
32. Pont(+Sambre)	-2	+1	+1	0	-	-	-	-1	-	-1
33. Président(+Fossés Fleuris)	0	-1	-1	0	-	-	-	0	-	-2
34. Rogier+Michel+Manèche +Gaillot	-1	-5	+1	+3	-1	-1	+3	0	-	-1
35. Saint-Jacques	-1	+3	-3	+1	0	-	+1	-1	-	0
36. St Jean+Descamps	-1	+1	0	+1	0	-	0	+1	-	+2
37. St Joseph(passage)	0	+2	-2	-1	+1	-	-	0	-	0
38. St Joseph(rue)	-1	+2	0	-	-1	-	-1	+1	-	0
39. Servais	0	-	+1	+1	-	-	-	-1	-	+1
CENTRE	-31	+25	+5	+11	+7	-7	+19	-3	-1	+25

	Standing		Modernisme		Rayonnement probable		Assortiment	
	1967	1977	1967	1977	1967	1977	1967 (a)	1977
1. Ange	3,82	3,95	3,22	3,80	4,85	4,87	-	3,97
2. Galeries	3,60	4,00	3,20	4,14	5,00	5,00	-	3,72
3. Armes+St Remy+Bavière+Belfroi	3,61	3,60	3,39	3,40	4,89	5,00	-	3,80
4. Bas de la Place	2,94	3,35	2,56	3,10	3,44	4,15	-	3,95
5. Billiard	2,87	3,00	2,73	3,08	3,23	3,23	-	3,31
6. Borgnet+Léopold	3,63	3,77	3,25	3,08	4,00	4,69	-	3,54
7. Brasserie (+pl. Servais)+Baillly	2,79	3,14	2,50	2,68	3,13	4,18	-	3,50
8. Bruxelles (+Codefroid)	3,38	3,74	3,05	3,68	4,67	4,84	-	4,00
9. Bruxelles (au-delà)	3,11	3,36	2,39	3,00	3,93	4,14	-	3,41
10. Carmes	3,63	3,98	3,23	3,56	4,85	4,94	-	4,00
11. Collège (+Fumal)+St Loup	3,12	3,56	2,82	3,00	3,65	4,00	-	3,75
12. Croisiers	3,87	3,85	3,33	3,38	4,77	4,94	-	4,03
13. Croix	3,54	3,69	3,14	3,14	4,51	4,69	-	4,11
14. Cuvelier+Théâtre+Four	3,53	3,70	3,20	3,25	4,61	4,80	-	3,93
15. Dames Blanches+Moncrabeau	3,36	3,54	2,91	3,31	4,36	4,31	-	3,77
16. Per	3,85	3,97	3,65	3,71	5,00	5,00	-	4,13
17. Fossés Fleuris	2,60	3,40	2,50	3,10	2,70	3,90	-	3,70
18. Fripiers Echasseurs Halle	2,54	3,31	2,23	3,04	3,81	4,23	-	3,69
19. Gare (avenue de la)	3,75	4,08	3,42	4,17	5,00	5,00	-	4,25
20. Gare (passage de la)	4,00	4,25	3,67	3,25	5,00	5,00	-	4,25
21. Gare (place de la) + Ursulines	4,05	3,83	3,70	3,87	4,95	5,00	-	4,22
22. Codefroid	3,46	3,79	3,00	3,50	4,71	4,97	-	3,85
23. Golenvaux	3,56	3,71	2,89	3,43	5,00	5,00	-	4,00
24. Cravières+Borlée	2,90	3,25	2,90	3,50	3,29	3,50	-	3,55
25. Haute Marcelle	3,14	3,41	2,57	2,82	3,50	4,24	-	3,18
26. Inaillévue	3,00	3,29	2,67	2,86	4,00	4,57	-	3,57
27. Léopold (square)	-	4,00	-	4,27	-	5,00	-	4,13
28. Marché+Marché au Chanvre+Marché aux Légumes	3,07	3,18	2,64	2,45	4,00	3,73	-	3,45
29. Marchevolete+Monnaie	3,65	4,04	3,35	3,80	4,87	4,96	-	3,72
30. Mélot+Omalius	3,30	3,50	2,70	2,83	4,40	4,67	-	4,00
31. Ouvrage	3,33	3,38	2,87	2,77	3,93	3,92	-	4,00
32. Font (-+Sambre)	3,36	3,38	3,14	3,23	3,64	4,15	-	3,54
33. Président (+Fossés Fleuris)	2,85	3,18	2,15	2,45	4,00	4,09	-	3,82
34. Rogier+Michel+Namêche+Galliot	3,23	3,34	2,80	3,08	3,95	4,07	-	3,64
35. Saint-Jacques	3,52	3,76	3,12	3,28	4,84	4,88	-	3,88
36. Saint-Jean Descamps	3,07	3,13	2,36	2,50	3,86	4,06	-	3,69
37. Saint-Joseph (passage)	4,36	4,27	4,18	3,73	5,00	5,00	-	4,18
38. Saint-Joseph (rue)	3,83	4,08	3,17	3,50	4,67	5,00	-	3,83
39. Servais	3,20	3,50	4,00	3,83	4,00	4,17	-	4,17
CENTRE	3,23	3,46	2,89	3,18	3,83	4,20	-	3,85

(a) Relevé non effectué en 1967.