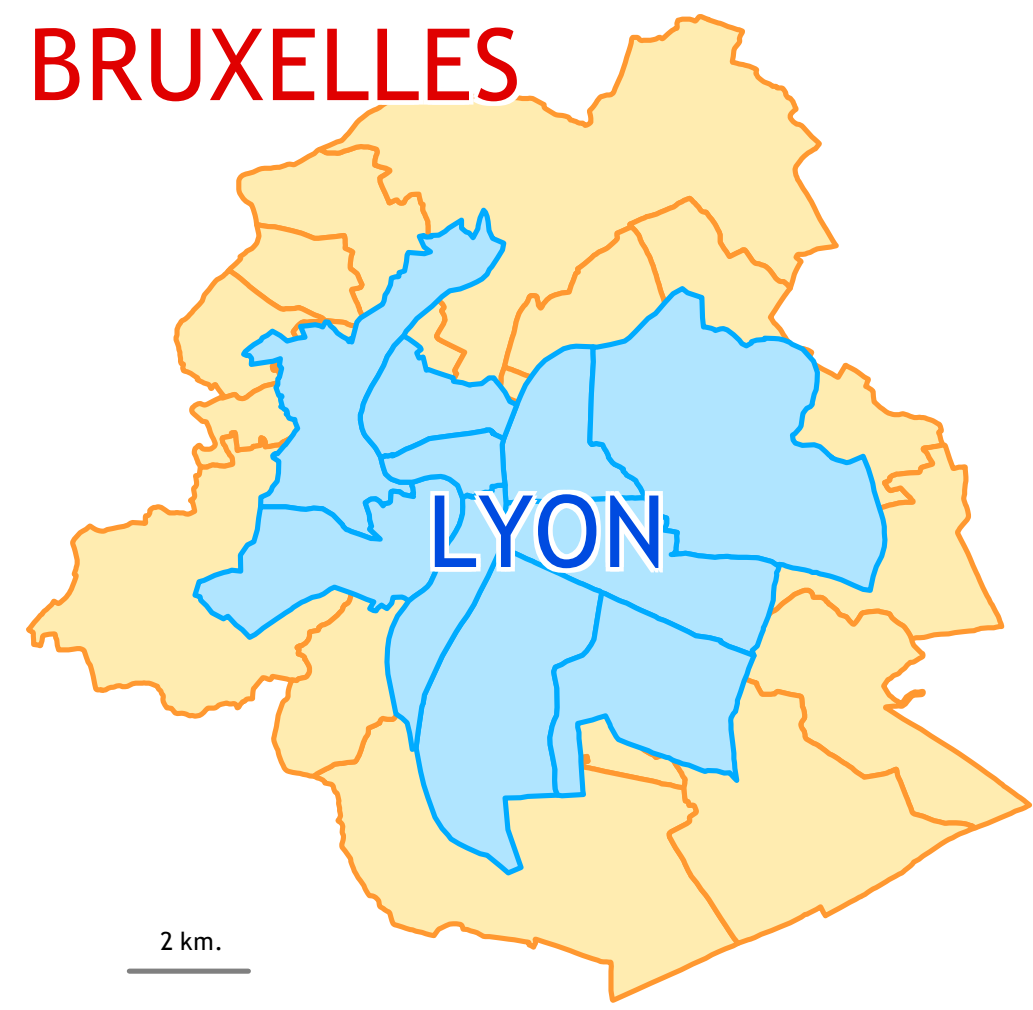


# ANALYSE DES LOCALISATIONS DU COMMERCE DE DETAIL

## BRUXELLES / LYON



Le commerce de détail fait partie de notre vie de tous les jours. Sa géographie traduit largement les formes d'organisation urbaines et sociales dans lesquelles il s'implante. Au sein des grandes agglomérations, il génère un paysage du quotidien, en constante évolution, dont des éléments hérités persistent plus ou moins longtemps telles les strates d'un espace historiquement construit.

### Objectifs

Cette recherche a pour objectif de définir le rôle et le fonctionnement des différents espaces commerçants. Au-delà, elle vise à mieux cerner les facteurs déterminants des choix de localisations des diverses activités commerciales. Les informations produites sont utiles en urbanisme commercial et géomarketing, mais aussi plus largement pour mieux comprendre le fonctionnement des espaces urbains.

### Méthodologie

On peut considérer que la localisation d'un commerce à un moment donné répond à des contraintes les **facteurs de localisation** : fréquence de visite de la clientèle, éloignement ou voisinage de la concurrence, besoin de flux piétons importants, ...

Par l'utilisation conjointe de la carte et d'outils d'analyse statistique et spatiale, il est possible de mettre en évidence ces facteurs en analysant finement la localisation des différentes activités dans la ville. Les données de Bruxelles et Lyon sont analysées à partir de traitements identiques permettant une réelle comparaison.

Les cartes de densité et de centralité visualisent dans une maille carré de 33 m de côté, le résultat de l'analyse de la structure commerciale de mailles chevauchantes de 100 m.

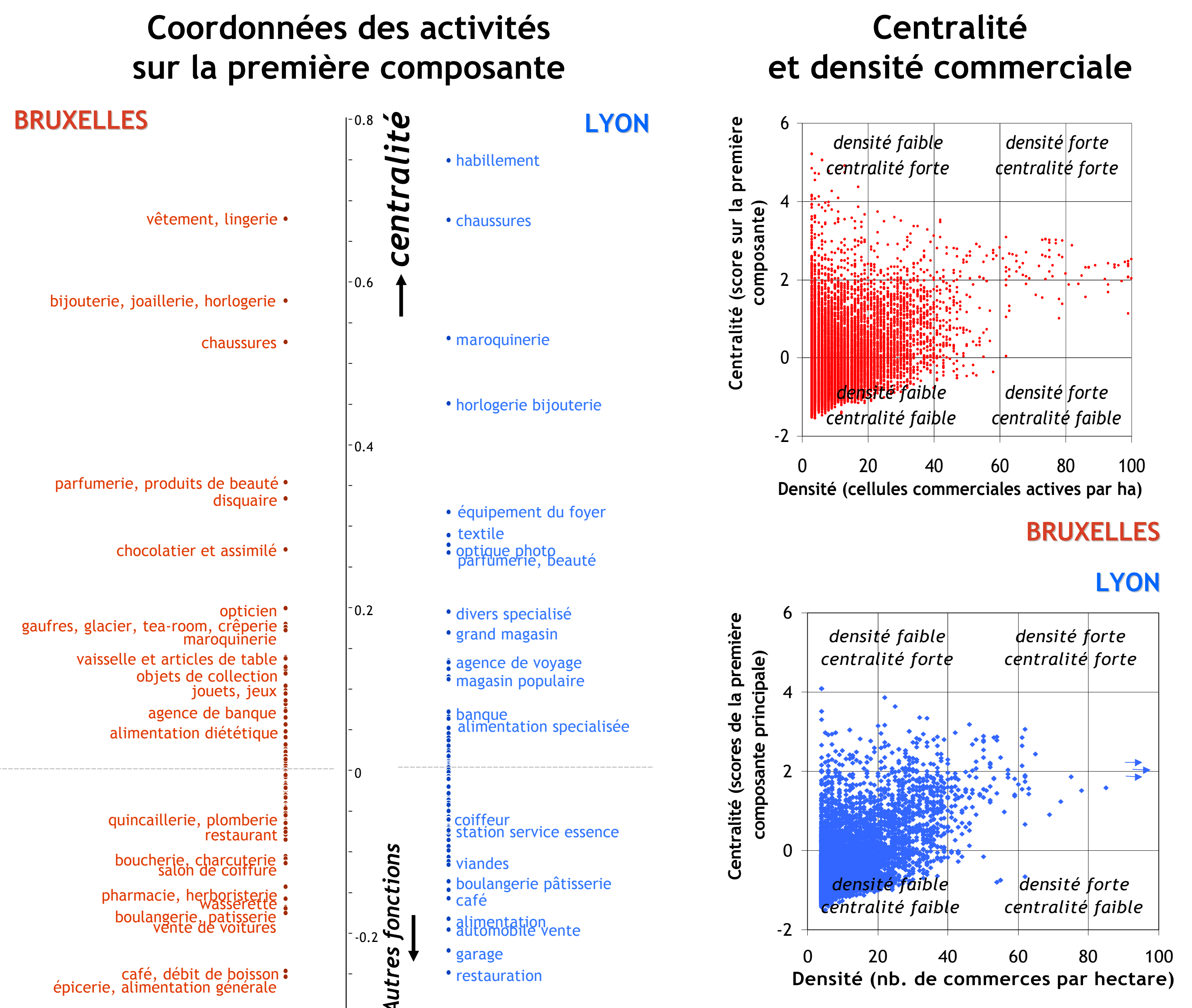
L'Analyse en Composantes Principales a été utilisée, elle a permis de créer une nouvelle information synthétique : la **composante principale** qui décrit la différenciation majeure observée entre la localisation des diverses activités. L'échelle reproduite ici, montre les positions des activités sur la première composante principale, elle permet d'interpréter la signification de la composante.

### Que met en évidence l'analyse ?

L'analyse révèle des types d'activités au comportement spatial différent ainsi que les lieux qu'elles privilégient. Le facteur de localisation mis en évidence est la **centralité**. Cette interprétation se base sur les éléments suivants :

- L'analyse oppose des activités comme **le vêtement, la bijouterie, la chaussure, la parfumerie ...** à d'autres activités telles que **l'alimentation générale, les vendeurs de journaux, la boulangerie, les cafés ...**
- La cartographie met en évidence **les rues commerçantes les plus fréquentées par les piétons**, parfois piétonnières. Ce sont souvent les hauts lieux de lèche-vitrine de masse ;
- Le graphique comparant la densité et la première composante principale montre que **la centralité est relativement indépendante de la densité de commerce** (nombre de commerce par hectares). Il y a donc des quartiers denses commercialement dont la localisation ne répond pas à cet impératif de centralité ;
- L'indicateur de centralité différencie souvent le centre d'un pôle de ses marges.

Une centralité forte traduit donc souvent de forts flux de chalands et probablement aussi des loyers plus élevés. Le chiffre d'affaire y est plus lié qu'ailleurs à la fréquentation. Ce sont des lieux où se cumulent les logiques d'achat comparé et/ou impulsif. Ces lieux centraux dans la ville se différencient des quartiers où l'on ne rencontre que du commerce de proximité, mais aussi de ceux très spécialisés (luxe, équipement de la maison, restaurants, ...).



BRUXELLES

LYON

- vêtement, lingerie •
- bijouterie, joaillerie, horlogerie •
- chaussures •
- parfumerie, produits de beauté •
- disquaire •
- chocolatier et assimilé •
- opticien •
- gaufres, glacier, tea-room, crêperie, maroquinerie •
- vaisselle et articles de table •
- objets de collection •
- jouets, jeux •
- agence de banque •
- alimentation diététique •
- quincaillerie, plomberie •
- restaurant •
- boucherie, charcuterie •
- salon de coiffure •
- pharmacie, herboristerie •
- Wasserrte •
- boulangerie, pâtisserie •
- vente de voitures •
- café, débit de boisson •
- épicerie, alimentation générale •

- habillement •
- chaussures •
- maroquinerie •
- horlogerie bijouterie •
- équipement du foyer •
- textile •
- optique photo •
- parfumerie, beauté •
- divers spécialisé •
- grand magasin •
- agence de voyage •
- magasin populaire •
- banque •
- alimentation spécialisée •
- coiffeur •
- station service essence •
- viandes •
- boulangerie pâtisserie •
- café •
- alimentation •
- automobile vente •
- garage •
- restauration •



**Fortes densités :** au cœur du noyau commercial tous les rez-de-chaussée ont un commerce



**Faibles densités :** aux marges du noyau commercial moins d'un commerce pour trois immeubles. D'anciens magasins ont été transformés en logements



**Quasi absence de commerces :** dans une rue adjacente au cœur du noyau (hors une pharmacie)



**Proximité :** boulangerie, épicerie, tabac-presse  
35 av. Maréchal Foch



**Aire spécialisée :** 15 magasins motos et accessoires sur 400 mètres ici 146/150 av. Maréchal de Saxe.



**Centralité :** vêtements pour enfants  
12/14 av. Maréchal de Saxe.

La DENSITE en images

Les FONCTIONS en images

BRUXELLES  
Quartier Flagey  
Chaussée d'Ixelles

LYON  
Axe Foch/Saxe